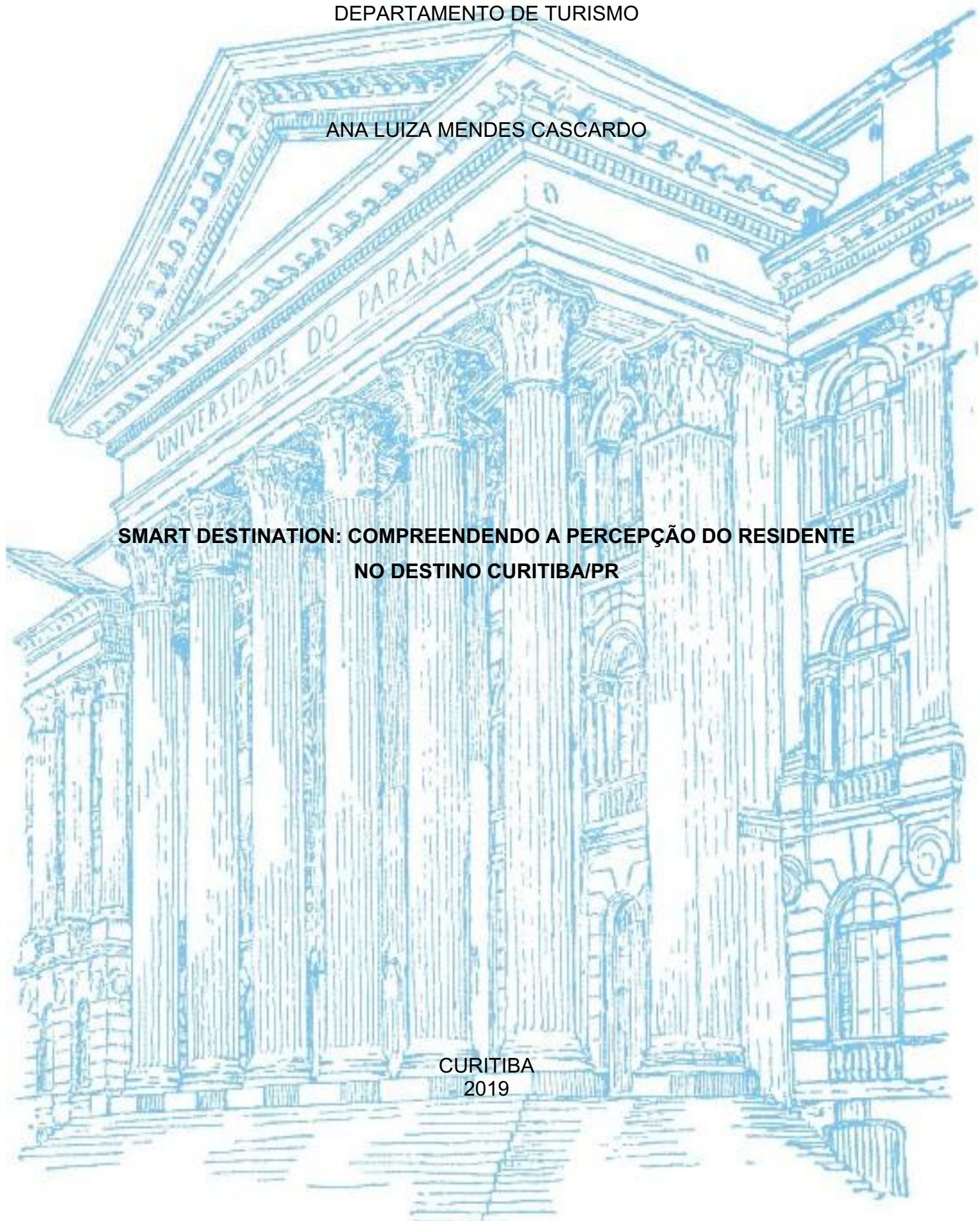


UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

ANA LUIZA MENDES CASCARDO

**SMART DESTINATION: COMPREENDENDO A PERCEPÇÃO DO RESIDENTE
NO DESTINO CURITIBA/PR**

CURITIBA
2019



ANA LUIZA MENDES CASCARDO

**SMART DESTINATION: COMPREENDENDO A PERCEPÇÃO DO RESIDENTE
NO DESTINO CURITIBA/PR**

Projeto apresentado à disciplina de Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo II, Curso de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Thays Cristina Domareski Ruiz

CURITIBA

2019

AGRADECIMENTOS

A minha família e amigos por sempre me apoiarem e acreditarem em mim.

Aos meus professores e colegas de trabalho, minha orientadora que sempre me incentivou, dedicou seu tempo a mim e me guiou a concluir mais uma etapa em minha vida e carreira.

RESUMO

No contexto atual de tecnologia, desenvolvimento das cidades e o crescimento de estudos sobre Smart City e Destinations, este estudo visa analisar a percepção do residente sobre Curitiba ser considerada uma Smart City - título que alcançou em 2018. Foram utilizados os indicadores do Ranking Connected Smart Cities. Desta forma, a metodologia utilizada para realizar a pesquisa foi a exploratória de abordagem quantitativa e análises descritivas, a partir do levantamento bibliográfico, aplicação de um questionário *online* com os moradores de Curitiba e região metropolitana e aplicação da matriz IPA (Important Performance Analysis). Com este levantamento, foi constatado que, para os moradores de Curitiba, a cidade não atende aos requisitos necessários para sua classificação como Smart City ou Destination, pois, alguns indicadores não possuem desenvolvimento ou investimento necessário para ter um desempenho adequado aos padrões das Smart Cities. Sendo assim, a proposta do projeto de turismo é elaborar um relatório de pesquisa, verificando quais indicadores ainda precisam de melhorias.

Palavras chaves: Turismo, Smart City, Smart Destination, Ranking Connected Smart Cities, Curitiba.

ABSTRACT

In the current context of technology, city development, and the growth of studies on Smart City and Destinations, this study aims to analyze the resident's perception of Curitiba being considered a Smart City - a title reached in 2018. The Connected Smart Ranking indicators were used. Cities. Thus, the methodology used to conduct the research was the exploratory quantitative approach and descriptive analysis, from the literature review, application of an online questionnaire with residents of Curitiba and metropolitan region, and application of the matrix IPA (Important Performance Analysis). With this survey, it was found that, for the residents of Curitiba, the city does not meet the requirements necessary for its classification as Smart City or Destination, as some indicators do not have the development or investment required to perform correctly to Smart Cities standards. Thus, the purpose of the tourism project is to prepare a research report, verifying which indicators still need improvement.

Key Words: Tourism, Smart City, Smart Destination, Ranking Connected Smart Cities, Curitiba.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| FIGURA 1 – LINHA TURISMO | 20 |
| FIGURA 2 – REDE DE TRANSPORTE COLETIVO | 21 |
| FIGURA 3 – REDE DE CICLOVIAS | 23 |
| FIGURA 4 – MATRIZ IPA | 33 |
| FIGURA 5 – CAPA | 84 |
| FIGURA 6 – INTRODUÇÃO 1 | 85 |
| FIGURA 7 – INTRADUÇÃO 2 | 86 |
| FIGURA 8 – INFOGRÁFICO 1 | 87 |
| FIGURA 9 – INFOGRÁFICO 2 | 94 |
| FIGURA 10 – INFOGRÁFICO 3 | 95 |
| FIGURA 11 – INFOGRÁFICO 4 | 96 |
| FIGURA 12 – INFOGRÁFICO 5 | 97 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|----|
| QUADRO 1 – PRÊMIOS CURITIBA RELACIONADOS AO CONCEITO DE SMART CITY | 24 |
| QUADRO 2 – INDICADORES DO RANKING ONNECCTED SMART CITIES | 32 |
| TABELA 3 – DIMENSÕES PARA ANÁLISE E CRIAÇÃO DE TIPOLOGIA DE RANKINGS URBANOS | 28 |
| QUADRO 4 – TIPOLOGIAS | 35 |
| QUADRO 5 – CARACTERÍSTICAS DE TIPOLOGIA | 35 |
| QUADRO 6 – CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA | 40 |
| QUADRO 7 – CRONOGRAMA | 83 |
| QUADRO 8 – GASTOS | 89 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| GRÁFICO 1 – VOCÊ RESIDE EM..... | 39 |
| GRÁFICO 2 – GÊNERO..... | 39 |
| GRÁFICO 3 – FAIXA ETÁRIA..... | 40 |
| GRÁFICO 4 – FORMAÇÃO..... | 40 |
| GRÁFICO 5 – EXISTÊNCIA DE ÔNIBUS EM QUANTIDADE CIRCULANDO PARA O TRANSPORTE PÚBLICO..... | 41 |
| GRÁFICO 6 – ÔNIBUS COM QUALIDADE CIRCULANDO PARA O TRANSPORTE PÚBLICO..... | 42 |
| GRÁFICO 7 – COM RELAÇÃO A EXISTÊNCIA DE VOOS PARA CURITIBA..... | 43 |
| GRÁFICO 8 – EXISTÊNCIA DE RUA PAVIMENTADAS DE QUALIDADE..... | 44 |
| GRÁFICO 9 – EXISTÊNCIA DE LEI MUNICIPAL PARA ZONEAMENTO E USO DO SOLO..... | 45 |
| GRÁFICO 10 – EXISTÊNCIA DE ESTAÇÕES PARA TRATAMENTO DO ESGOTO..... | 47 |
| GRÁFICO 11 – EXISTÊNCIA DE LOCAIS ADEQUADOS PARA RECICLAGEM DE LIXO..... | 48 |
| GRÁFICO 12 – ATENDIMENTO DE ÁGUA POTÁVEL À POPULAÇÃO..... | 49 |
| GRÁFICO 13 – ATENDIMENTO DE ENERGIA ELÉTRICA À POPULAÇÃO..... | 50 |
| GRÁFICO 14 – EXISTÊNCIA E USO DE MEIO ALTERNATIVOS PARA PRODUÇÃO DE ENERGIA ELÉTRICA..... | 50 |
| GRÁFICO 15 – ILUMINAÇÃO PÚBLICA MODERNIZADA COM A UTILIZAÇÃO DE LÂMPADAS LED..... | 51 |
| GRÁFICO 16 – ACESSO A INTERNET, POR MEIO DE WI-FI, NOS LOCAIS PÚBLICOS..... | 52 |
| GRÁFICO 17 – CORBETURA DA INTERNET INDRO DA CIDADE..... | 53 |
| GRÁFICO 18 – EXISTÊNCIA DE POSTOS DE SAÚDE (UBSF) NOS BAIRROS..... | 54 |
| GRÁFICO 19 – MÉDICOS, COM ESPECIALIDADES VARIADAS, NA CIDADE..... | 55 |
| GRÁFICO 20 – NÚMERO DE LEITOS NOS HOSPITAIS PÚBLICOS NA CIDADE EM QUANTIDADE ADEQUADA AO ATENDIMENTO DA POPULAÇÃO..... | 56 |

| | |
|--|----|
| GRÁFICO 21 – POLICIAMENTO PARA GARANTIR SEGURANÇA PÚBLICA ADEQUADA..... | 57 |
| GRÁFICO 22 – CONTROLE DE ACIDENTES DE TRÂNSITO NA CIDADE..... | 58 |
| GRÁFICO 23 – EXISTÊNCIA DE DELEGACIA DE PROTEÇÃO Á MULHER E Á CRIANÇA..... | 59 |
| GRÁFICO 24 – QUANTIDADE DE VAGAS NAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS.... | 60 |
| GRÁFICO 25 – EXISTÊNCIA DE PROGRAMAS PARA REDUÇÃO DO ANALFABETISMO..... | 61 |
| GRÁFICO 26 – EXISTÊNCIA DE EMPRESAS DE TECNOLOGIA..... | 62 |
| GRÁFICO 27 – EXISTÊNCIA DE INCUBADORAS EMPRESARIAIS E POLOS TECNOLÓGICOS PARA INCENTIVAR O EMPREENDEDORISMO..... | 63 |
| GRÁFICO 28 – EXISTÊNCIA DE ORÇAMENTO PARTICIPATIVO MUNICIPAL.. | 64 |
| GRÁFICO 29 – TRANSPARÊNCIA DO GOVERNO PÚBLICO UNICIPAL..... | 65 |
| GRÁFICO 30 – EXISTÊNCIA DE CONSELHOS ADMINISTRATIVOS PARTICIPATIVOS..... | 66 |
| GRÁFICO 31 – EXISTÊNCIA DE VAGAS DE EMPREGO NA CIDADE..... | 67 |
| GRÁFICO 32 – CRESCIMENTO DA PRESENÇA DE EMPRESAS NA CIDADE.. | 68 |
| GRÁFICO 33 – AUMENTO DA RENDA MÉ DIA DO TRABALHADOR..... | 69 |
| GRÁFICO 34 – EXISTÊNCIA DE UMA OFERTA TURÍSTICA QUE INCLUI PEQUENAS EMPRESAS DO SETOR..... | 70 |
| GRÁFICO 35 – EXISTÊNCIA DE OFERTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS QUE INCLUI PEQUENAS COMUNIDADES DA CIDADE..... | 71 |
| GRÁFICO 36 – EXISTÊNCIA DO SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO TURISTA.. | 72 |

SUMÁRIO

| | | |
|----------|---|------------|
| 1 | INTRODUÇÃO | 11 |
| 2 | MARCO TEÓRICO | 16 |
| 2.1 | DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO | 16 |
| 2.2 | SMART CITY | 18 |
| 2.3 | SMART DESTINATION | 20 |
| 2.4. | CURITIBA | 24 |
| 2.5 | RANKING CONNECCTED SMART CITIES | 31 |
| 3 | PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 37 |
| 3.1 | TÉCNICAS DE PESQUISA | 37 |
| 3.2 | COLETA DE DADOS | 41 |
| 3.2.1 | CONSTRUÇÃO DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS | 42 |
| 3.2.2 | TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS | 43 |
| 4 | ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA | 44 |
| 5 | PROJETO DE TURISMO | 80 |
| 5.1 | DESCRIÇÃO DO PROJETO | 80 |
| 5.2 | ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO | 81 |
| 5.2.1 | DESCRIÇÃO DAS ESTAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO | 81 |
| 5.2.2 | DESCRIÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS ENVOLVIDOS EM CADA ETAPA | 88 |
| 5.2.3 | DESCRIÇÃO DO ORÇAMENTO E DOS DESEMBOLSOS POR ETAPA | 88 |
| 5.2.4 | AVALIAÇÃO DO RETORNO DO INVESTIMENTO | 89 |
| 6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS | 91 |
| 7 | REFERÊNCIAS | 98 |
| 8 | APÊNDICES | 107 |

1. INTRODUÇÃO

As cidades se encontram em constante movimento e evolução, esse processo se tornou mais visível a partir do século 20, com a revolução industrial e posteriormente com o surgimento da internet (PINTO, 2017), o setor que mais se beneficiou foi o setor terciário que investiu muito em novas tecnologias e meios de se realizar o trabalho (AGUIAR 2017; GÓMMEZ, 2016).

Foi a partir da década de 1990 que o conceito Smart surgiu, e ao longo dos anos o conceito foi sendo agregado a vários tópicos, mas foi apenas a partir dos anos 2000 que o conceito de Smart City ganhou mais espaço e destaque no âmbito acadêmico e científico, onde podemos identificar trabalhos de autores como Buhalis (1998), Buhalis e Licata (2002), Buhalis (2003), Buhalis (2004), Buhalis e O'conner (2005), Giffinger e Gudrun (2010), Buhalis e Law (2008), Buhalis e Amaranggana (2014), Santos, Souza Neto, Pereira, Gândara, Silva (2016), Xiang, Tussyadiah, Buhalis, (2015); Luque Gil, Zayas Fernández; Caro Herrero, (2015); Boes, Buhalis, Inversini, (2015); Zhu, Zhang, Li, (2014).

Buhalis (2004) define uma Smart City como uma localidade desenvolvida a partir da união de uma governança responsável e cidadãos consciente das atividades realizadas na cidade, mas para chegar a essa harmonia entre gestor e cidadão, a cidade para ser considerada Smart City deve se ter desenvolvimento em pelos menos seis setores: economia inteligente, pessoas inteligentes, governança inteligente, mobilidade inteligente, ambiente inteligente e vida inteligente (COELHO; PAIVA; BALDAQUE; ALMEIDA; SALGADO 2015).

O conceito de Smart City se desenvolveu como resposta para o crescimento desenfreado dos centros urbanos, surgiu com a proposta de melhorar a qualidade de vida da comunidade em aspectos como serviços de qualidade, infraestrutura digital e física, mobilidade, saúde, educação, governo, energia, cidadão inteligente e tecnologia (COELHO; PAIVA; BALDAQUE; ALMEIDA; SALGADO, 2015; DOMARESKI-RUIZ; FERNANDES; GÂNDARA, 2014).

Desta forma, o conceito de Smart City começou a se manifestar, com o objetivo de incentivar o desenvolvimento e movimentar a economia local, acarretando em inúmeros debates nacionais e internacionais, assim como investimentos para a melhoria das cidades e proporcionar uma melhor qualidade de vida para seus cidadão

e posteriormente para seu visitante ou turista (BERTELLI; GRAEBIN; MACKE; MATTE; RIZZON, 2017).

Como consequência da globalização surge um novo cenário, onde pode-se notar o aparecimento de novos nichos de mercados e perfis de consumidores e perfis de consumidores, como as gerações Baby Boomers, X, Y, Z e ALFA. Cada uma dessas gerações estão envolvidas com conceitos e valores sociais diferentes, uma dessas diferenças é a constante necessidade de valorizar a cultura local e a sustentabilidade nos destinos turísticos (SÁNCHEZ; MUÑOZ, 2013). Com essas visões de crescimento, valorização e desenvolvimento muito diferente do que se era acostumado a tratar, se viu uma necessidade de uma nova abordagem na gestão dos destinos turísticos (BLANCO; 2015; SÁNCHEZ; MUÑOZ, 2013).

Juntamente com essa necessidade alguns países começaram a investir em tecnologia e um dos segmentos que mais teve investimento e desenvolvimento foram os setores de comunicação, tecnologias e informação, melhorando as formas de divulgação, comunicação e disseminação de informação (AGUIAR 2017; MISKALO-CRUZ; GÂNDARA, 2016).

Devido a essa constante evolução e globalização de produtos e sistemas, a temática de Smart City tem sido bastante recorrente em discussões mundiais como congressos ou eventos. Além de ser um assunto atual a sua definição envolve muito mais do que apenas tecnologia. Muitas cidades têm investido para serem consideradas Smart, pois a junção da tecnologia ao desenvolvimento social gera benefícios não apenas para comunidade inserida no local, segundo Dameri (2013) implementando os projetos de desenvolvimento urbano juntamente com a tecnologia podem ser encontrados soluções para problemas ambientais, sociais e urbanos, facilitando a comunicação, mobilidade e desenvolvimento da sociedade (BUHALIS, 2014; DAMERI, 2013; MISKALO-CRUZ; GÂNDARA, 2016).

Dessa forma, com o passar dos anos, as cidades vêm notando um crescimento populacional maior e uma migração elevada para os centros urbanos, a resposta para isso se dá ao fato de a população estar à procura de melhores condições de vida, migrando para as cidades ela espera encontrar infraestrutura mais qualificada (COELHO; PAIVA; BALDAQUE; ALMEIDA; SALGADO, 2015).

Em 2011 o Brasil lançou um programa de Cidades Digitais, desenvolvido em conjunto com o Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações

(MCTIC), que tinha como objetivo a modernização da gestão e promover o desenvolvimento dos municípios brasileiros através da tecnologia, com o intuito de disponibilizar informações públicas para todos (MCTIC, 2011).

Em julho de 2019, o Governo Federal lançou outro projeto, para substituir o programa de Cidades Digitais, no Smart City Business Brazil nomeado de Programa Nacional de Estratégias para Cidades Inteligentes Sustentáveis cujo objetivo é estabelecer diretrizes e indicadores, que permitam avaliar e nivelar os municípios brasileiros de acordo com o seu grau de conectividade e a comunicação entre sistemas (MCTIC, 2019).

Juntamente com o surgimento de novos projetos e programas voltados para essa temática, foi desenvolvido um ranking pelo Urban Systems em parceria com a Sator, que classifica as cidades com maior potencial de desenvolvimento do Brasil.

O ranking já se encontra em sua 5ª edição, em 2015 as três cidades que mais se desenvolveram nesse ano foram Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP) e Belo Horizonte (MG). Em 2016 as cidades que se destacaram foram São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Curitiba (PR). Em 2017 as melhores cidades classificadas como Smart foram São Paulo (SP), Vitória (ES) e Cajamar (SP).

Em 2018, Curitiba ficou em primeiro lugar no ranking, atendendo aos critérios e índices, determinados pelo ranking, fazendo com que a cidade obtivesse um destaque nacional e internacional, fazendo com que fosse formulado projetos e programas, voltados ao desenvolvimento social e econômico da cidade.

O objetivo geral desta pesquisa é analisar a percepção do residente sobre Curitiba ser considerada uma Smart City. Para melhor compreensão do tema e na resolução do objetivo geral foram desenvolvidos os seguintes objetivos específicos:

1. Identificar a literatura sobre a temática de Smart City e Smart Destination;
2. Descrever o Ranking Connected Smart Cities;
3. Compreender e listar os indicadores que classificam Ranking Connected Smart Cities;
4. Aplicar o questionário e a matriz IPA (Important Performance Analysis), para compreender a percepção do residente;

Curitiba é o objeto de estudo deste trabalho sob a temática de Smart City, por ser um tema atual e inovador, que representa a evolução e desenvolvimento sustentável de uma cidade. Foram identificados estudos recentes da temática na

cidade de Curitiba (PINTO, 2017; MISKALO-CRUZ; GÂNDARA, 2016; MISKALO-CRUZ; GÂNDARA, 2018).

Também será abordado o conceito de Smart Destination, cuja sua síntese é a conexão do mundo físico e digital, através de tecnologias que proporcione essa integração no destino para seu turista (CELDRÁN-BERNABEU; MÁZON; IVARS-BAIDAL; VERA-REBOLLO, 2018).

Atualmente se tem um total de 9 artigos publicados com o tema Smart City, e 16 artigos publicados com o tema Smart Destination, segundo a base de dados Publicações de Turismo que contempla as revistas Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade; Turismo e Sociedade; Pasos - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural; ARA: Revista de Investigación en Turismo; Revista Turismo em Análise; Cuadernos de Turismo; Cultur - Revista de Cultura e Turismo; Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo; Investigaciones Turísticas; Enlightening Tourism, o que evidencia que esta temática precisa ser mais desenvolvida no Brasil, por apresentar somente 25 trabalhos.

Estes artigos mostram como o tema ainda pode ser explorado em vários âmbitos, a publicação deles nos informa que esse tema está começando a ser trabalhado e desenvolvido melhor, é um assunto que vem se tornando muito presente em eventos e discussões em nível mundial. Com esse impulso do tema, se viu uma oportunidade em contribuir para o meio acadêmico e científico, realizando uma pesquisa sobre esta temática que tem tido grande destaque.

Para uma cidade se manter como Smart, ela requer um planejamento de qualidade, levando em consideração o residente e o turista. Para se ter êxito na implementação de projetos desmembrados do planejamento principal da cidade, requer um grande investimento por parte da gestão pública, gerando custos altos para a implementação deles. Se não pautados e relatados de forma coerente para a sociedade, que será afetada diretamente com as mudanças necessárias para se começar a desenvolver, pode se gerar grande insatisfação pública, não identificando como os recursos utilizados serão de benefício para a sociedade ao longo prazo (AGUIAR, 2017; LIBERATO; ALEN; LIBERATO, 2018; KHAN; WOO; NAM; CHATHOTH, 2017).

Este trabalho está dividido em nove capítulos, o primeiro que acaba de ser apresentado é a introdução do tema. O segundo capítulo ira constar o marco teórico

da temática trabalhada, sendo dividida em 5 subcapítulos. O primeiro retrata sobre o desenvolvimento tecnológico, o segundo sobre Smart City, o terceiro sobre Smart Destinations, o quarto subcapítulo fala sobre Curitiba, apresentando um pouco sobre a cidade e suas premiações e o quinto subcapítulo fala um pouco sobre o Ranking Connected Smart Cities.

O terceiro capítulo deste trabalho ira explicar sobre os procedimentos metodológicos utilizados neste trabalho, sendo divididos em 4 subcapítulos, o primeiro tratando das técnicas de pesquisa, o segundo da coleta dos dados, o terceiro sobre a construção do instrumento da coleta de dados, que foi o questionário aplicado com os moradores. O quarto subcapítulo foi a tabulação dos dados coletados.

O quarto capítulo é dedicado inteiramente a análise dos dados coletados.

O quinto capítulo ira tratar do projeto de turismo. O sexto capítulo se consiste nas considerações finais. O sétimo capítulo, são as referências. Oitavo capítulo são os apêndices e o nono, e último capítulo, será os anexos.

2. MARCO TEÓRICO

Neste capítulo serão abordados os temas relacionados ao desenvolvimento tecnológico e sobre a adaptação das cidades a esse conceito, para compreensão dos conceitos de Smart City, Smart Destination e sobre o destino turístico de Curitiba/PR, sendo eles: o desenvolvimento tecnológico, Smart City, Smart Destination, Curitiba e o Ranking Connected Smart Cities.

2.1. O DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO

Logo após a revolução industrial, o setor terciário foi quem mais investiu para obter um crescimento rápido, fazendo com se tivesse um impulso para o desenvolvimento tecnológico. O resultado deste crescimento acarretou no surgimento de novas tecnologias, proporcionando novas formas de se realizar os serviços, como finalizar um produto e de como renovar seus procedimentos, visando sempre melhorias (AGUIAR 2017; GÓMEZ, 2016).

Essas inovações ocorreram principalmente nos setores de comunicação e transporte, fazendo com que mais pessoas tenham acesso a essas inovações. As tecnologias de informação e comunicação facilitaram a disseminação de informações, propiciando um intercâmbio entre as pessoas de diversos lugares, sobre diversos assuntos, em um período de tempo reduzido (AGUIAR 2017; MISKALO-CRUZ; GÂNDARA, 2016).

Devido a esse compartilhamento de informações, se viu necessário neste meio de comunicação e distribuição de informação, o armazenamento de informações. Muitos dos produtos desenvolvidos na década de 1950 para cima, estavam voltados exatamente a armazenar e processar dados e informações, que influenciam diretamente o consumidor e a população (AGUIAR, 2017; MTUR, 2019).

Podemos utilizar como exemplo o desenvolvimento do CRS (Computer Reservation Systems), em 1960 em conjunto com a IBM, que tinha por objetivo efetuar reservas e emissão de passagens aéreas, atualmente o sistema é conhecido como SABRE (Semi-Automatic Business Research Environment) (MTUR, 2019).

Posteriormente o CRS, utilizado apenas no setor aéreo, evoluiu para o GDS (Global Distribution System), que engloba os outros setores da indústria turística, compartilhando dados de reservas, taxas, categorias, entre outras informações de inúmeros serviços cadastrados e disponíveis (MTUR, 2019).

A internet sem dúvidas foi um dos meios de comunicação que mais revolucionou o mundo, desde seu surgimento em 1989, por Tim Burners-Lee, ela vem revolucionando cada vez mais os meios de comunicação (AGHAEI; NEMATBAKHSH; FARSANI, 2012).

Com ela podemos ter acesso em tempo real a produtos do outro lado do mundo, podemos ler sobre os acontecimentos em um país sem sair da cama. Ela permite que não apenas o consumidor tenha acesso às informações, ela tem sido de grande importância no mercado comercial (BUHALIS; AMARANGGANA, 2014).

Além da internet e do desenvolvimento de novas tecnologias, a globalização acarretou também em grandes desafios para as sociedades, um deles foi ter que se adaptar ao desenvolvimento tecnológico que se deu, esse impulso de desenvolvimento de novas tecnologias e produtos fez com que o mercado se tornasse extremamente competitivo (ANJOS; RAMOS; SOUZA, 2006; WOO; NAM; CHATHOTH, 2017).

Devido ao desenvolvimento de novos produtos e o crescimento populacional, muitas cidades se viram obrigadas a investir em planejamento urbano, para poder ordenar e desenvolver adequadamente a cidade, bom como implementar serviços de qualidade que possam funcionar. Uma cidade se não planejada devidamente, a implementação e integração de serviços de qualidade para atender a necessidade de seus cidadãos, ocorrerá de forma desordenada não obtendo o resultado desejado (TELLES, 2014; LIBERATO; ALLEN; LIBERATO, 2018).

O planejamento, em seu objetivo principal, determina objetivos a serem concluídos para que se tenha um panorama do possível desenvolvimento e organização local, a complexidade de um planejamento será determinada pelo nível de seus objetivos e metas estabelecidas a serem alcançadas, para promoção de um desenvolvimento equilibrado (BINFARÉ; COSTA; CASTRO; SILVA; GALVÃO, 2016).

O planejamento urbano de uma cidade é extremamente importante, uma vez que ele é atribuído a outras atividades de grande importância para o desenvolvimento contínuo da cidade, bem como do turismo, essas atividades são: estabelecimento de objetivos, definição de objetos de ação e determinação da realimentação (BENI, 1999).

Governos e organizações possuem o reconhecimento adequado para que essa ferramenta possa desenvolver corretamente o turismo em diversas regiões,

ainda mais em um momento e que o crescimento desta atividade em nível mundial vem aumentando, além de que o planejamento turístico é identificado como um documento de importância não só para o desenvolvimento crescimento organizado do turismo, mas também para o desenvolvimento de políticas públicas (TELLES, 2014).

O planejamento, como citado, é uma ferramenta extremamente importante para um desenvolvimento equilibrado de uma cidade. Para que a implantação do conceito Smart seja realizado da melhor maneira possível, para se não ter custos adicionais, problemas de gestão ou circulação de pessoas na cidade, ele requer um planejamento integrado, envolvendo a sociedade e seus gestores, para identificação dos problemas e desenvolvimento das soluções propostas, através dos projetos, políticas e do planejamento urbano (DOMARESKI-RUIZ; FERNANDES; GÂNDARA, 2014).

2.2. SMART CITY

O conceito de Smart City surge ao final dos anos 90 com o movimento “crescimento inteligente”, onde se tinha incentivo a elaboração de novas políticas urbanas (AGUILAR-TORREBLANCA; HERNÁNDEZ-LOBATO; SOLIS-RADILLA; PASTOR-DURÁN, 2016).

Com todo esse processo de desenvolvimento das cidades e criação de novos meios de comunicação, surge o conceito de Smart City, percebida como uma cidade que possui autonomia em todos os setores sociais juntamente com a implementação de sistemas tecnológicos para facilitar a vida de seus cidadãos (BERTELLI; GRAEBIN; MACKE; MATTE; RIZZON, 2017).

Os gestores públicos das cidades acreditavam que a implementação deste conceito em sua cidade traria sucesso na implementação de novas políticas públicas para o desenvolvimento sustentável, para se ter uma melhor qualidade de vida além do crescimento econômico da cidade, ligados ao conceito de inteligência que uma Smart City possa gerar (MISKALO-CRUZ; GÂNDARA, 2018).

Miskalo-Cruz e Gândara (2018) ressaltam as pesquisas direcionadas a essa implementação de novas políticas públicas e projetos voltados ao conceito smart, como por exemplo o Smart Living, Smart mobility, Smart Governance, Smart Economy, Smart People e Smart Environment (MISKALO-CRUZ; GÂNDARA, 2018).

Em meio a tantas inovações o conceito de Smart City, assim como as discussões sobre o assunto, ainda são muito recentes e ele tem sido apresentado para a sociedade e sendo utilizado pelos gestores governamentais como um marketing social, informando os benéficos se ser considerados uma Smart City (BUHALIS; AMARANGANA, 2014).

Alguns autores (CELDRÁN-BENABEU; MAZÓN; GINER SÁNCHEZ, 2018; LI; HU; HUANG; DUAN, 2016) enfatizam a diferenciação dos conceitos Smart (inteligente) e Intelligence (inteligência), para assim conseguir expressar corretamente o que os conceitos agregam e o que uma Smart City aborda, bem como seus parâmetros e os benefícios que ela pode trazer para a comunidade local (CELDRÁN-BENABEU; MÁZON; GINER SÁNCHEZ, 2018; SANTOS; SOUZA NETO; PEREIRA; GÂNDARA; SILVA, 2016).

O conceito de Smart City começou a ser manifestado através de algumas metáforas, mas o mais importante a ser ressaltado é que uma Smart City começa a ser vista como um grande sistema orgânico, onde a relação entre os principais sistemas da cidade é levada em consideração para tornar o sistema de sistemas mais inteligentes, onde nenhum sistema é operado separadamente tendo como objetivo de se ter um sistema integrado com informações relevantes para seus gestores e para sua população (NAM; PARDO, 2011).

Uma Smart City pode ser definida como uma localidade desenvolvida a partir da união de uma governança responsável e cidadãos consciente das atividades realizadas na cidade, mas para chegar a essa harmonia entre gestor e cidadão, a cidade para ser considerada Smart deve se ter desenvolvimento em pelos menos seis setores: economia inteligente; pessoas inteligentes; governança inteligente; mobilidade inteligente; ambiente inteligente e; vida inteligente (GIFFINGER et al 2007; BUHALIS, 1998; BUHALIS; LICATA, 2002; BUHALIS, 2003; BUHALIS, 2004; BUHALIS; O'CONNER, 2005; BUHALIS; LAW 2008; BUHALIS; AMARANGANA, 2014; SANTOS; SOUZA NETO; PEREIRA; GÂNDARA, SILVA, 2016).

Kanter e Litow (2009), declaram que uma Smart City estabelece informações em sua infraestrutura física para melhorar o conforto, facilitar a mobilidade, obter mais eficiência, economizar energia, melhorar a qualidade do ar e água, identificar problemas e solucioná-los rapidamente, recuperar-se rapidamente de desastres,

coletar dados para se tomar melhores decisões, implantar recursos efetivamente e compartilhar dados para a colaboração entre entidades.

O conceito é atribuído ao entendimento de desenvolvimento sustentável ligado ao desenvolvimento de tecnologias avançadas em quase todos os setores, ela pode ser identificada pelo grande desenvolvimento e investimento em Tecnologias de Informação (TIC), esses investimento tem um único objetivo: sanar os problemas urbanos causado pelo crescimento dos centro urbanos, para assim garantir o desenvolvimento sustentável e qualidade de vida para seus residentes (BÉDARD; KHOMSI, 2016; BERTELLI; GRAEBIN; MACKE; MATTE; RIZZON, 2017). Uma Smart City tem como objetivo melhorar a qualidade de vida da sociedade envolvida, além de desenvolver sistemas integrados eficientes, solucionar os problemas sociais presentes através da implementação de tecnologia de ponta no seu ambiente urbano, social e econômico (KHAN; WOO; NAM; CHATHOTH, 2017).

Ainda assim, inserir a inteligência em cada subsistema de uma cidade, como em transporte, energia, educação, assistência médica, edifícios, infraestrutura física, comida, água, segurança pública, não é o suficiente para tornar uma cidade mais inteligente. Uma Smart City deveria ser vista como grande sistema orgânico, como um todo, não em partes, deve ser vista como uma rede, como um sistema vinculado de informações onde pode ser observado todas as conexões, não apenas as partes que o integram (KANTER; LITOW, 2009; NAM; PRADO, 2011).

2.3. SMART DESTINATIONS

O setor do turismo sofreu grandes mudanças ao decorrer do tempo, uma dessas mudanças foi a apropriação do conceito de destino turístico inteligente (DIT) que se desenvolveu a partir do conceito de cidades inteligentes (BLANCO, 2015).

Conceito de Smart City foi sendo apropriado pelo turismo, conforme seus gestores foram compreendendo o que uma Smart City poderia acarretar não somente a sua população, mas também na consolidação de um fluxo turístico sustentável e tecnologicamente integrado aos seus turistas (IVARS BAIDAL; ROSSETTO; SOUSA; SOUZA, 2013).

Segundo Celdrán-Bernabeu, Mazón, Giner Sánchez (2018) o conceito de Smart Tourism se desenvolve 3 três frentes: Smart Destinations, Smart Business

Ecosystems e Smart Experience, onde elas estão relacionadas com o desenvolvimento e implementação das tecnologias de informação na cidade. Eles informam que com isso se acarretou em uma 4 frente que seria a Smart Data, onde são processadas e repassadas as informações de seus turistas, referente ao tempo que ele passou na cidade, fazendo com que se tenha uma integração entre os meios de comunicação e serviços, visando futuramente uma comunicação dessas informações para melhoria do destino (CELDRÁN-BERNABEU; MÁZON; GINER SÁNCHEZ, 2018; WOO; NAM; CHATHOTH, 2017).

Uma Smart Destination ou Destino Turístico Inteligente, pode ser definido com um destino que possui infraestrutura e serviços altamente tecnológicos e desenvolvidos, que proporciona uma experiência excepcional para o visitante através das tecnologias de informações disponíveis, bem como os serviços integrados à tecnologia, sem mencionar informações divulgadas nas redes sociais mostrando como o meio se porta diante a imagem que ele passa para a imagem que ele realmente tem para seu consumidor (GOMES; GÂNDARA; IVARS-BAIDAL, 2017; KHAN; WOO; NAM; CHATHOTH, 2017; KHAMSI; BEDÁRD, 2016; VARGAS-SÁNCHEZ, 2016; SANTOS; GÂNDARA, 2019; MENDES-FILHO; ALMEIDA-GARCÍA; MANUEL-SIMÕES, 2017; SANTILLÁN-NÚÑEZ; SCHMIDT-CORNEJO; VELARDE-VALDEZ, 2016; AMARANGGANA; BUHALIS, 2014; GRETZEL; WERTHNER; KOO; LAMSFUS, 2015).

Para Celdrán-Bernabeu, Mazón, Giner Sanches (2018), o conceito de Smart Tourism se é estabelecido por meio da construção de ecossistemas sociais e intercâmbio de informações através das tecnologias de comunicação, conectados pela internet. As informações distribuídas nas redes servem como fonte de referência e divulgação da imagem do destino, através de fotos, comentários e publicações do mesmo (KHAN; WOO; NAM; CHATHOTH, 2017).

O turista vem tendo cada vez mais contato com outros fornecedores e tipos de produtos, se tornando mais exigente, querendo mais interação dos produtos, mais sofisticação, mais desenvolvimento, mais conectividade e comunicação com os destinos a ser visitado, as Tecnologias de Comunicação promovem essa facilidade para seu consumidor, eles reúnem as informações mais relevantes para seu consumidor, para assim atender e satisfazer suas necessidades (BUHALIS; LAW, 2008; BUHALIS, 1998).

Com isso turista se tornou mais sofisticado e conectado, utilizando não apenas comunicação como fonte, mas também utilizando as ferramentas de reservas online, com o avanço e crescimento da internet suas opções de escolhas se tornaram mais amplas fazendo com que se tivesse um investimento grande no desenvolvimento de software, hardware e netware impactando em uma grande mudança nos sistemas de distribuição de informações dos fornecedores (LEE et al. 2017; BUHALIS, 2008)

Dessa forma, as tecnologias de informação vêm se tornando cada vez mais presentes, não só apenas no dia a dia, mas na construção de novos produtos, mesclada em projetos de desenvolvimento das cidades, para auxiliar o residente e seu turista. Com o crescimento dessas Tecnologias de Informações, fez com que tivéssemos um aumento na interação das pessoas em nível global, fazendo com que o consumidor acabe pesquisando e conhecendo mais sobre o destino a ser visitado (BUHALIS; LAW, 2008).

Com o desenvolvimento das TIC's e aumento da conectividade dos consumidores através da internet, ele tem mais acesso às informações e com isso fazendo com que fique cada vez mais exigente com aquilo que deseja, sabendo o que procurar, onde procurar e como procurar (BUHALIS; AMARANGGANA, 2015; BUHALIS; LAW, 2008), assim as empresas se veem em um lugar onde eles devem saber o que propor e como propor um produto para seus consumidores, sabendo como atender às suas necessidades, fazendo com que se tenha no mercado um leque de opções sobre onde procurar, com quem comprar e onde conseguir as informações corretas (LEE et al., 2017; BUHALIS; LAW, 2008).

Esse processo, acarretou assim o surgimento de novos produtos, fazendo com que se tivesse uma ramificação de nichos mercadológicos, gerando uma concorrência mercadológica para atender as necessidades de seus consumidores, esse que é o próprio gestor de sua viagem fazendo com que ele tenha maior autonomia desde o processo de escolha do destino até a forma em que se dará o deslocamento para o mesmo (ARRUDA, PIMENTA 2005).

Segundo Celdrán-Bernabeu, Mázon, Giner Sánches (2018) o conceito de inteligência está concentrado na capacidade de oferecer serviços de qualidade aos seus cidadãos relacionados com a experiência dos turistas e seus moradores. Já o conceito inteligente aborda a forma com que os cidadãos podem obter acessos rápidos a serviços de qualidade, ser uma cidade Smart significa identificar as

necessidades das comunidades e oferecer os melhores serviços para sanar seus problemas através de implementação de tecnologia de ponta e desenvolvimento de projetos voltados para a sociedade (CELDRÁN-BERNABEU; MÁZON; GINER SÁNCHEZ, 2018).

Muitas empresas se veem tendo que se adaptar e a entender cada vez mais rápido como as plataformas digitais funcionam, para que assim eles estejam a nível de seus concorrentes, fazendo com que mercado se molde diante as necessidades do momento e do consumidor atualizado e tecnológico, além de dar espaço para o crescimento de um campo turístico-digital (ARRUDA; PIMENTA, 2005; ANJOS; RAMOS; SOUZA, 2006).

A inserção das TIC'S como marketing social para avaliação de produtos oferecidos se tornou comum (MERILÄNEN, 2017), alguns autores acreditam que o desenvolvimento de um relacionamento saudável com o seu cliente antes, durante e pós consumo de um serviço, reflete diretamente na imagem que ela passa para seus futuros consumidores, com base na avaliação de seus clientes passados, auxiliando também a identificar insatisfações para o futura melhoramento de seus serviços, buscando sempre atender os desejos de seus consumidores (BUHALIS; AMARANGGANA, 2014; MERILÄNEN, 2017; TUSSYADIAH; FESENMAIER, 2007).

Segundo Gretzel, Werthener, Koo, Lamsfus (2017), o conceito de uma a Smart Travel está sendo reconhecido devido ao investimento em análise de dados, tecnologias e dispositivos móveis, fazendo com que tudo esteja conectado disponibilizando assim informações viáveis para que o turista consiga ter uma viagem excepcional. Muitos serviços hoje em dia são ofertados através de diferentes meios de comunicação, fazendo com que seu consumidor possa escolher qual meio utilizar e qual serviço escolher (BUHALIS; HSU; KING; WANG, 2017).

No campo atual Celdrán-Bernabeu, Mázon, Giner Sánches (2018) pautam que o conceito de Smart City é utilizado como marketing social voltado para a gestão pública de cidades populosas, não para atender apenas às necessidades dos turistas, mas também de seus residentes. Tendo em vista essa necessidade se faz necessário não apenas iniciativas, mas também a integração dos planejadores urbanos, para que se possa ter sucesso no desenvolvimento e implementação das soluções para a cidade (AGUIAR, 2017).

2.4. CURITIBA

Curitiba é a capital do estado do Paraná, localizada na região Sul do país com aproximadamente 1.908.359 habitantes (IBGE - Estimativa 2017), reconhecida por seu Planejamento Urbano desde 1970, ele é considerado atualmente como um plano inteligente e inovador no transporte público, na gestão urbana e na preservação do meio ambiente, visando sempre o bem-estar de seus cidadãos mantendo uma qualidade de vida boa (CURITIBA, 2019).

A cidade possui inúmeros prêmios que evidenciam a qualidade de vida de seus residentes, entre eles estão o Globe Award Sustainable City/2010, realizado pelo Globe Forum da Suécia onde a cada ano eles elegem a cidade mais sustentável do mundo em 2018 ela ganhou o prêmio de inovação e sustentabilidade pelo Smart Cities Expo em 2018, onde foi reconhecida mundialmente como uma Smart City sendo classificada em 1º lugar pelo Ranking Connected Smart City, como a cidade mais inteligente do Brasil no mesmo ano (CURITIBA, 2019; CONNECCTED, 2018).

Curitiba ainda apresenta grande destaque nacional e internacional com suas premiações citadas ao quadro abaixo.

QUADRO 1 – PRÊMIOS DE CURITIBA RELACIONADOS AO CONCEITO DE SMART CITY

| | | |
|------|--|--|
| 2006 | 3ª colocada entre as campeãs de infraestrutura do Brasil | Revista Exame |
| 2009 | 3ª Cidade mais Inteligente do mundo | Revista Forbes; |
| 2010 | Prêmio <i>Sustainable Transport Award</i> | <i>Institute for Transportation and Development Policy (ITPD)</i> ; |
| 2012 | Prêmio <i>Global Green City Award</i> (cidade verde) | Fórum Global sobre Assentamentos Humanos – GFHS; |
| 2012 | 1ª Colocada no Índice Brasil de Cidades Digitais (IBCD) - Cidade mais digital do país | Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD); |
| 2014 | Prêmio <i>Hermès de l'Innovation</i> - categoria "Qualidade de Vida nas Cidades" | Instituto Europeu de Estratégias Criativas e de Inovação; |
| 2014 | Prêmio <i>Creative City of Design</i> (Cidade do Design) | Rede de Cidades Criativas da UNESCO; |
| 2014 | Prêmio <i>Green City Index</i> - Cidade mais verde e sustentável da América Latina | <i>Siemens e The Economist</i> ; |
| 2015 | 1ª colocada no <i>Connected Smart Cities</i> de cidade com melhor governança | Revista Exame e Consultoria <i>Urban Systems</i> ; |
| 2016 | 3ª cidade mais conectada e inteligente do Brasil | Urban Cities (ranking <i>Connected Smart Cities</i>) |
| 2017 | 2ª cidade mais conectada e inteligente do Brasil | Urban Cities (ranking <i>Connected Smart Cities</i>) |
| 2017 | Eleita 1ª Fab City do Brasil (cidades auto-suficientes localmente produtivas e globalmente conectadas) | Instituto de Arquitetura Avançada da Catalunha, Centro MIT para Bits e Átomos e Fundação Fab |

| | | |
|------|--|--|
| 2018 | Cidade mais inteligente e conectada do Brasil | <i>Connected Smart Cities 2018</i> |
| 2018 | Curitiba fica entre as 6 cidades mais inteligentes do mundo em ambiente urbano | <i>World Smart City Awards</i> |
| 2019 | Curitiba é uma das 21 cidades mais inteligentes do mundo | <i>Intelligent Community Forum (ICF)</i> |
| 2019 | Aeroporto Internacional Afonso Pena é eleito o 4º melhor do mundo | <i>AirHelp Score</i> |
| 2019 | Curitiba é o sexto principal destino de turismo de negócios da América Latina | <i>CWT Meetings & Events</i> |

FONTE: Adaptado de DOMARESKI-RUIZ (2015); CURITIBA (2019).

Desde 2001 Curitiba vem recebendo prêmios de vários campos, não apenas voltados a temática Smart apresentadas no quadro acima. Podemos evidenciar prêmios em áreas e segmentos de negócios, desenvolvimento econômico e social, ambiental, infraestrutura, Informática aplicada no Setor Público, Turismo, qualidade de vida, Gestão, Urbanização, Sustentabilidade, Inteligência, Saúde Pública, Ciclovias, saneamento básico, empreendedorismo, Infraero de Eficiência Logística, inovação e gestão educacional, mobilidade urbana, ecoeletricidade e energia limpa. (CURITIBA, 2019).

Na cidade de Curitiba - PR, o órgão responsável pela parte de Planejamento Urbano é o Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba, conhecido como IPPUC. Ele determina o Plano Diretor de Curitiba como:

O Plano Diretor visa propiciar melhores condições para o desenvolvimento integrado, harmônico e sustentável de Curitiba com a Região Metropolitana, sendo o instrumento básico, global e estratégico da política de desenvolvimento urbano, determinante para todos os agentes, públicos e privados (IPPUC, 2015).

O Plano Municipal de Turismo de Curitiba tem o objetivo de estabelecer diretrizes para realização de atividades na cidade, assim como qualificar cada órgão responsável para caracterização da cidade como destino turístico de negócios, eventos e lazer. O Plano engloba a gestão de eventos que propiciam o fluxo turístico, gestão de informação, ele prevê a qualificação dos produtos e serviços, promoção e comercialização da cidade de Curitiba como destino turístico (CURITIBA, 2017)

O plano também almeja ter uma cooperação do setores público e privado visando o crescimento do turismo, um fundo municipal do Turismo, programas e sensibilização do turismo para a sociedade local, incentivo à práticas sustentáveis, fortalecimento do órgão institucional mediante sua qualificação e capacidade de

administrar as atividades necessárias, implementação de uma infraestrutura turística de qualidade, criação de diretrizes para fortalecer o turismo de eventos e negócios na cidade, e efetuar um zoneamento turístico adequado das áreas turísticas de mais significância para a cidade (CURITIBA, 2017).

O Plano Diretor foi sustentado pelas suas diretrizes dinâmicas econômicas, organização social e meio ambiente, implementando projetos deste cunho visando uma vida de qualidade para seus moradores (DOMARESKI-RUIZ; FERNANDES; GÂNDARA, 2014). Alguns desses projetos desenvolvidos e inovadores são de grandes destaques, alguns até mesmo se tornaram pontos turísticos da cidade, como por exemplo os parques, criados como soluções para evitar enchentes, hoje são utilizados como áreas de lazer, recreação e visitação (OLIVEIRA, 2001; DOMARESKI-RUIZ; FERNANDES; GÂNDARA, 2014).

O Plano de Turismo de Curitiba visa o crescimento sustentável do turismo na cidade, além de ser um dos destinos no Brasil a conciliar infraestrutura de qualidade e atrativos turísticos receptivos para atender a seu turista (MISKALO-CRUZ; GÂNDARA, 2018).

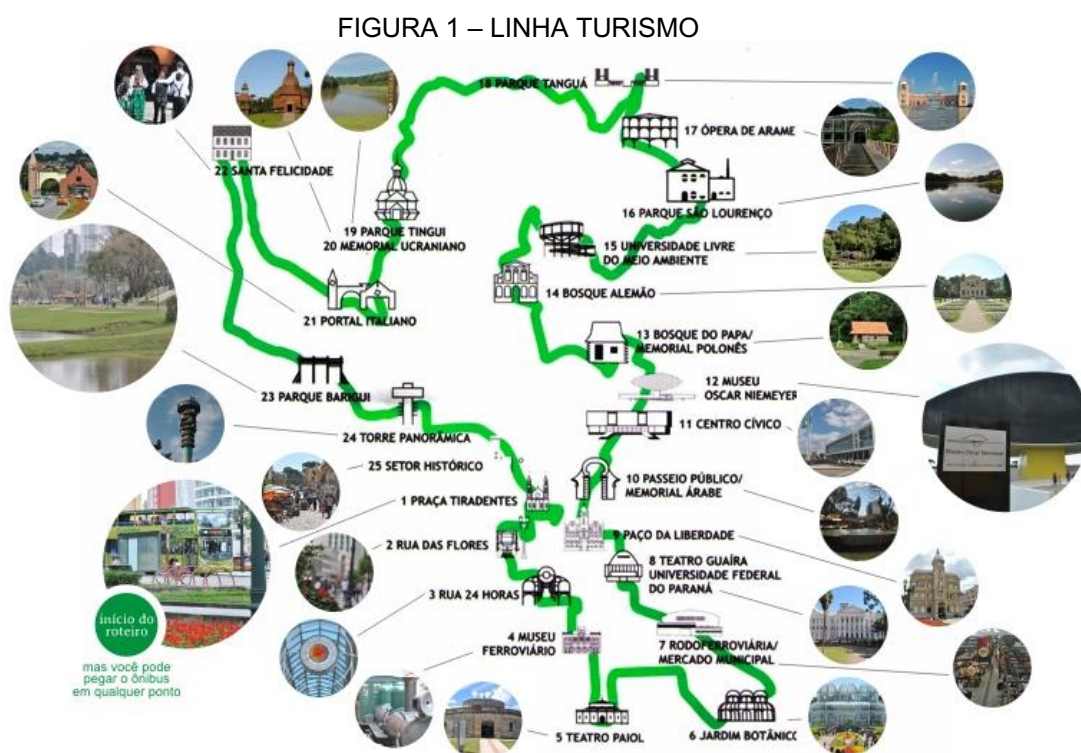
Os Planos e Projetos servem como auxílio no desenvolvimento e construção da cidade com infraestrutura básica e adequada tanto para seu residente quanto para seu turista, para assim atender as necessidades de ambos. A cidade contempla no momento atrativos turísticos variados como os parques, bosques, memoriais, museus, torre panorâmica, linha turismo, setor histórico, mercado municipal, Jardim Botânico, fontes e espaços sagrados (CURITIBA, 2019).

O turismo vem sendo desenvolvido fortemente no país, mas foi a partir de 1990 que começou a se ter um desenvolvimento de Políticas Públicas voltadas para o planejamento turístico através da Política Nacional de Turismo, os Planos Nacionais de Turismo e a institucionalização do Ministério do Turismo, este último criado em 2003. O desenvolvimento dessas instituições tem sido de grande importância para o planejamento e implementação de projetos visando melhorias para a cidade e seus cidadãos. Curitiba e sua região metropolitana fazem parte do cenário turístico do Brasil e desde de 1996 elas vêm desenvolvendo e investindo fortemente na atividade através do turismo rural, agroturismo, ecoturismo e lazer (TELES, 2014).

O planejamento urbano da cidade de Curitiba foi marcado pela década de 1990 no que se refere a mudanças em seu Plano Diretor, neste período foi surgindo

questões como preservação ambiental e desenvolvimento ecológico da cidade, fazendo com se questionassem se Curitiba era uma cidade ecológica. A partir destes questionamentos, projetos foram sendo formulados e desenvolvidos para almejar esse título de cidade ecológica (OLIVEIRA, 2001).

A Linha Turismo é um dos principais meios de visitação da cidade, ela passa a cada 30 minutos, percorrendo 25 atrativos da cidade em aproximadamente 2 h e 30 minutos de passeio, podendo fazer um total de 4 reembarques, possuindo também um sistema de som com informações a respeito de cada atrativo que ela passa (CURITIBA, 2019).



FONTE: IMT (2019).

Curitiba foi considerada uma capital ecológica em 2011 devido aos seus projetos voltados para a redução de gastos com energia, bem como a implementação de biocombustíveis em seus transportes públicos, visando diminuir a poluição ambiental. Ela foi também reconhecida nacional e internacionalmente devido a seus parques, praças e modelo de urbanização, além do seu grande potencial para o desenvolvimento do turismo (AGUIAR; GANDARA; SILVA; SOUZA, 2011).

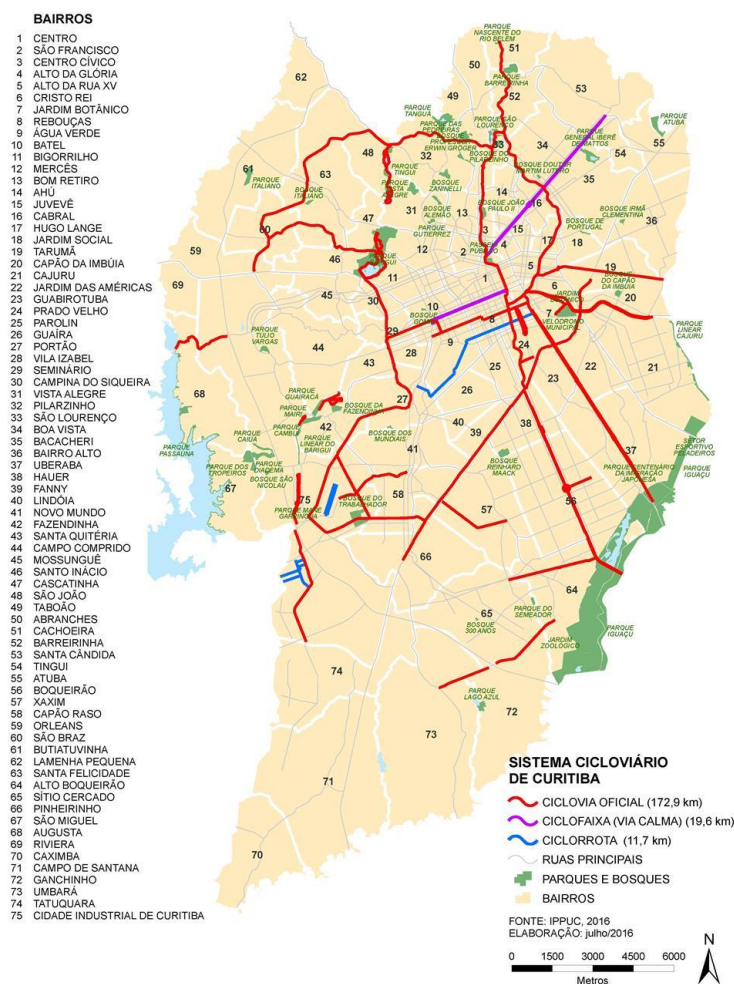
A cidade possui cerca de 434,967 km², 1.908.359 habitantes (IBGE - Estimativa 2017) que se distribuem em 75 bairros e 10 regionais, ela está localizada

com a redução de gases e ruídos, além de receber uma menção honrosa internacional em pelo seu transporte sustentável (CURITIBA, 2017).

Em 2018 a cidade recebeu a proposta de implementação do Transit Oriented Inclusion (TOI), ofertado pelo programa Bloomberg Philanthropies Mayors Challenge, que visa maior eficiência dos serviços de mobilidade para pessoas com deficiência, transitarem pela cidade. O a implementação deste projeto terá um custo de US\$ 50 mil.

Além desses projetos e premiações, Curitiba vem sempre tentando trazer novas inovações, ou implementar novos projetos de mobilidade, não apenas do transporte público, um exemplo disto são a inserção de meios alternativos como os patinetes elétricos e bicicletas espalhadas pela cidade, auxiliando no deslocamento do pedestre.

FIGURA 3 – REDE DE CICLOVIAS



IPPUC - INSTITUTO DE PESQUISA E PLANEJAMENTO URBANO DE CURITIBA
SUPERVISÃO DE INFORMAÇÕES
IPPUC Rua Ercil Inácio, 881 - Centro - Curitiba - Paraná - CEP 80.035-010 - Fone (51) 413 3250-1414 - Fax (51) 413 3254-8881 - E-mail: governo@ippuc.org.br

FONTE: IPPUC (2016).

Além dessa estrutura, foi informado no dia 05 de fevereiro de 2019 que um novo projeto já está em andamento, ele prevê para 2025 a ampliação de mais 200 km na malha cicloviária da cidade, tendo como objetivo a intermodalidade favorecendo a integração da bicicleta à rede de transporte a aos demais modais presentes na cidade (CURITIBA, 2019).

Curitiba é conhecida bastante pelo seu passeio de trem Curitiba – Morretes, uma cidade marcada por história e cultura, tendo como destaque a comida típica da região de Morretes, o barreado, além do passeio de trem, a cidade possui também uma grande variedade de atividades culturais. A cidade ficou em destaque no Ranking desenvolvido pela Expedia em 2018, como um dos principais destinos turísticos do Sul (EXPEDIA, 2018).

2.5. RANKINGS

A 8ª Reunião Global da OMT sobre o Turismo Urbano se concentrará em como o desenvolvimento de cidades inteligentes pode contribuir para enfrentar os desafios urbanos enfrentados nos dias atuais por vários destinos em todo o mundo. Irá ser focado em questões como a sustentabilidade, acessibilidade, gestão urbana, inovação e tecnologia, enfatizando a importância de incluir o turismo na agenda da cidade como um meio de tornar o turismo um contribuinte para o desenvolvimento de cidades inclusivas, resilientes e sustentáveis (OMT, 2019).

O Ranking Connected Smart Cities foi desenvolvido pela Urban Systems, juntamente com a empresa Sator que é uma referência na parte de formulação de plataformas e negócios, ele preza pelo desenvolvimento de cidades inteligentes sustentáveis com fundamento de integração, inovação, colaboração, transparência foco na humanidade (CONNECTED, 2018).

No decorrer dos anos, notou-se um crescimento muito rápido dos meios urbanos surgindo assim uma necessidade de planejamento e gestão urbana modificada, para atender as novas necessidades que surgiram com o crescimento dos meios urbanos. Várias iniciativas começaram a ser tomadas, para que se tivesse um planejamento adequado para assim implementar os planos e projetos, para se obter uma infraestrutura tecnológica e integrada para a sociedade, fazendo com que assim o Ranking fosse desenvolvido, a partir desta necessidade de desenvolvimento e

planejamento urbano (CELDRÁN-BERNABEU; MAZÓN; IVARS-BAIDAL; VERA-REBOLLO, 2018).

O Ranking Connected Smart Cities leva em consideração conceitos como a Conectividade, esta é relação que se deve existir nos setores analisados. O conceito de Smart Cities entende que só se atinge o desenvolvimento quando a cidade compreende o poder da conectividade em seus setores. Um exemplo para compreensão desse conceito pode ser aplicado em investimentos de saneamento básico, voltados ao ganho de saúde, podendo reduzir futuramente investimentos na área devido a infraestrutura implementada, que podem impactar em questões de governança e até mesmo economia (CONNECTED, 2018).

Celdrán-Bernabeu Mazón, Ivars-Baidal e Vera-Rebollo (2008) destacam que a implementação de novas tecnologias no dia a dia da comunidade, é um fator essencial para melhorar a qualidade de vida dos residentes, assim como a qualidade de vida ambiental e econômica. Jovicic (2019) discorre que um destino turístico inteligente é um destino baseado no conhecimento, onde as tecnologias de informação são utilizadas para fornecer uma infraestrutura tecnológica, na qual informações poderiam ser trocadas instantaneamente com o turista (JOVIVIC, 2019).

Outro conceito a ser pontuado é a sustentabilidade econômica uma vez que entendemos que não se é possível que municípios alcancem a sustentabilidade ambiental ou social, sem se ter uma base de um desenvolvimento econômico que poderá garantir a reprodução dos ganhos em outras esferas (CONNECTED, 2018).

O ponto de partida para se formular o Ranking, foi com a intenção de mapear as cidades Brasileiras com um potencial de desenvolvimento, tendo como parâmetro de julgamento os critérios como a inteligência, conexão e sustentabilidade. Para poder se classificar as cidades corretamente, toma-se por base 11 setores principais em nossa sociedade para avaliação, são eles: mobilidade, urbanismo, meio ambiente, energia, tecnologia e inovação, economia, educação, saúde, segurança, empreendedorismo e governança. Os indicadores e dimensões determinadas pelo Ranking podem ser identificados no quadro 02 (CONNECTED, 2018).

Os itens utilizados para a classificação de uma Smart City são de grande influência na hora da tomada de decisão para se escolher um destino turístico, quando se tem uma infraestrutura básica desenvolvida para atender as necessidades dos turistas e moradores, o destaque que a cidade ganha é enorme, fazendo com que a

cidade tenha um diferencial para atrair uma nova demanda, fomentando assim a economia local.

QUADRO 2 – INDICADORES DO RANKING ONNECCTED SMART CITIES

| Dimensão | Indicadores |
|-----------------------|--|
| Mobilidade | Automóveis por Habitante |
| | Idade Média da Frota de Veículos |
| | Ônibus / Automóveis |
| | Outros modais de transporte coletivo |
| | Ciclovias |
| | Rampa para Cadeirantes |
| | Conexões interestaduais |
| | Destinos Aeroviários |
| Urbanismo | Lei zoneamento ou uso e ocupação do solo |
| | Lei operação urbana consorciada |
| | Plano Diretor Estratégico Municipal |
| | Consulta prévia (obtenção de alvará provisório) |
| | Vias Pavimentadas |
| | Despesas pagas com Urbanismo |
| Meio Ambiente | Atendimento urbano de água |
| | Paralisação do abastecimento |
| | Perdas na distribuição |
| | Atendimento urbano de esgoto |
| | Tratamento de Esgoto |
| | Recuperação de materiais recicláveis |
| | Cobertura do serviço de coleta de resíduos |
| | Arborização no entorno |
| | Monitoramento de Área de Risco |
| Energia | Tarifa Média |
| | Domicílios com energia de fonte diferente da distribuidora |
| | Produção de Energia em Usinas de Energia Eólica |
| | Produção de Energia em Usinas de UFV |
| | Produção de Energia em Usinas de Biomassa |
| | Domicílios com Iluminação Pública no Entorno |
| Tecnologia e Inovação | Conexões de Banda Larga com + de 34 mb |
| | Municípios com Backhaul de Fibra Ótica |
| | Cobertura 4G (operadoras) |
| | Trabalhadores com ensino superior |
| | Número de ligações à Internet por habitantes |
| | Patentes |
| | Bolsa CNPQ |
| Saúde | Leitos / 1000 habitantes |
| | Médicos por 100 mil habitantes |

| | |
|------------------|---|
| | Cobertura populacional da Equipe de Saúde da Família |
| | Despesas pagas com Saúde |
| | Mortalidade Infantil |
| Segurança | Homicídios |
| | Mortes em Trânsito |
| | Despesas pagas com Segurança |
| | Policiais, Guarda civils Municipais e Agentes de Trânsito |
| Educação | Matrícula escolar na rede pública online |
| | Vagas em Universidade Pública |
| | Média Enem |
| | Docentes Ens. Médio c/ Ens. Superior |
| | IDEB |
| | Taxa de Abandono (ens. Médio) |
| | Média de Alunos por turma (público 9º ano) |
| | Despesas pagas com Educação |
| | Média de Horas aula diária (público 9º ano) |
| Empreendedorismo | Crescimento Empresas de Tecnologia |
| | Polos Tecnológicos - Parques |
| | Crescimento Empresas Economia Criativa |
| | Incubadoras |
| | Crescimento MEI |
| Governança | Escolaridade do Prefeito |
| | IFDM |
| | EBT |
| | Conselhos |
| Economia | Crescimento PIB per Capta |
| | Renda Média Empregos Formais |
| | Crescimento Empresas |
| | Crescimento Empregos |
| | Independência setor Público |
| | Empregabilidade (Empregos / PEA) |
| | Receita Total não oriunda de Transferência |

FONTE: Adaptado do RANKING CONNECCTED SMART CITIES (2018).

Desde o ano de 2015 Curitiba juntamente com as demais cidades do Brasil, foram avaliadas e classificadas no Ranking Connected Smart Cities, para identificar quais indicadores, determinados por eles, as cidades possuíam para ser classificadas como uma Smart City, Curitiba ocupou o 5º lugar no ranking neste ano e em 1º ficou a cidade do Rio de Janeiro. No ano de 2018 Curitiba ocupou o 1º lugar no Ranking, sendo considerada cidade mais inteligente do Brasil, sendo a cidade que mais

atendeu aos critérios definidos pelo Ranking Connected Smart Cities (CONNECCTED, 2018).

Curitiba vem tendo destaque desde 2014, devido aos seus investimentos em infraestrutura e inovação da administração municipal, englobando o desenvolvimento tecnológico e gestão inteligente, para assim atingir o parâmetro de cidade inteligente. Um exemplo de desenvolvimento e modernização, foi o aprimoramento do sistema de transporte público da cidade, desenvolvido para atender as necessidades da população e também para se alcançar o desenvolvimento proposto pelo Plano Plurianual de 2014, que visava o investimento em novas tecnologias de comunicação e informação para melhorar a qualidade de vida da população, se adequando a sua realidade (CURITIBA, 2014; MISKALO-CRUZ; GÂNDARA, 2018).

Além do Connected Smart Cities existem outros rankings desenvolvidos com os mesmos objetivos: identificar as cidades com potencial de desenvolvimento inteligente. Giffinger e Gudrun (2010) desenvolveram um ranking onde eles pontuam quais são as variáveis que caracteriza uma cidade como uma Smart City, algumas das variáveis utilizadas são economia e tecnologia, iniciativas sociais e ambientais para se ter um padrão de vida adequado.

QUADRO 3 – DIMENSÕES PARA ANÁLISE E CRIAÇÃO DE TIPOLOGIA DE RANKINGS URBANOS

| Dimensão | Indicador analisado (exemplos) |
|---------------------------|--|
| Autoria e publicação | Autor (es) e patrocinador (es) Tipo de publicação; |
| Base de dados | Escala de tempo de uso de dados Fonte publicada de dados e / ou dados brutos disponíveis Método de cálculo de posição global |
| Utilização de indicadores | Número de indicadores Método de cálculo Uso de valores unificados |
| Dimensão de espaço | Amostra do tamanho da cidade Critérios de seleção para cidades |
| Elaboração de resultados | Posição Global; Resultados para tópicos selecionados e cidades Resultados disponíveis gratuitamente/ sujeito a cobrança |

FONTE: Adaptado de GIFFINGER, GUDRUN (2010).

Nesta tabela constam as dimensões avaliadas para desenvolver seu ranking, para posteriormente efetuar uma seleção dos critérios e poder definir os 4 tipos de cidades em seu ranking (GIFFINGER; GUDRUN, 2010).

QUADRO 4 - TIPOLOGIAS

| | |
|----|---|
| 1. | Rankings orientados para economia / consultoria com falta de transparência |
| 2. | Transparência insuficiente criada por painéis de especialistas |
| 3. | Reconhecimento por ONG's e revistas sem patrocínio |
| 4. | Rankings bem documentados e metodicamente avançados conduzidos por universidades ou institutos de pesquisa econômica com patrocinadores em diferentes áreas |

FONTE: Adaptado de GIFFINGER, GUDRUN (2010).

Esta análise de Ranking, esteve voltada mais para o seu entendimento perante a visão dos gestores, sobre como implementar o conceito de Smart em sua cidade. Posteriormente foi tabulado os critérios de avaliação, quais estavam presentes ou não na seleção de tipologia de cidades para classificá-las em seu ranking (GIFFINGER; GUDRUN, 2010).

QUADRO 5 – CARACTERÍSTICAS DE TIPOLOGIA

| | Tipo 1 | Tipo 2 | Tipo 3 | Tipo 4 |
|--|--------------|----------|-------------------|-------------------|
| Números de posições | 3 | 3 | 4 | 8 |
| Transparência de classificar o cálculo | muito ruim | ruim | bom | muito bom |
| Documentação de dados básicos | muito ruim | ruim | muito bom | muito bom |
| Número de indicadores | 32 | 43 | 51 | 29 |
| Dimensão espacial | mundialmente | variável | país / continente | país / continente |
| Número de cidades | 60 | 75 | 25 | 54 |
| Transparência de seleção de amostra | muito ruim | ruim | muito bom | muito bom |
| Elaboração de resultados | 2,17 | 2,67 | 2,75 | 2,62 |

FONTE: Adaptado de GIFFINGER, GUDRUN (2010).

Essas variáveis pontuadas foram utilizadas como referência para Aguiar (2017), utilizou os parâmetros deles para compreender como a instituição

governamental de uma cidade ou país poderia auxiliar na transformação de uma cidade em uma Smart City.

Ela discorre que são muitas questões envolvidas para uma cidade possuir o status de Smart City e nesse contexto o gestor dela está envolvido diretamente, questões urbanas, ambientais, tecnologias de informação e divulgação estão diretamente ligadas com as iniciativas e projetos dos gestores de uma cidade, então cabe a eles terem ciência do que fazer e como fazer. Lembrando que se bem desenvolvidas e implementadas, os benefícios para a sociedade e seus visitantes são grandes (AGUIAR, 2017).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste primeiro momento realizou-se a pesquisa de cunho exploratório, por meio da leitura de artigos e livros publicados, que estejam relacionados a temática desta pesquisa, assim facilitando a interpretação dos dados sobre o assunto tratado.

A pesquisa exploratória nos disponibiliza um campo mais amplo de informações a respeito do objeto de pesquisa, auxiliando na delimitação do tema bem como na formulação dos objetivos, utilizada geralmente em pesquisas bibliográficas e estudos de casos (FREITAS, PRODANOV, 2013).

Segundo Gil (2002) esta tipologia de pesquisa tem como finalidade o melhoramento de ideias ou descoberta de intuições. Geralmente pesquisa exploratórias envolvem o levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas familiarizadas com o tema ou objetivo de pesquisa e análise de exemplos para melhor compreensão dos dados adquiridos (GIL, 2002).

Análises de cunho descritivas e analíticas permitem que se tenha uma compreensão melhor do objeto de estudo e tema definido, para futuramente analisar e interpretar os dados corretamente (GIL, 2008).

Análise descritiva tem por objetivo, segundo Gil (2002) como:

A descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática (Gil, 2002, p. 42).

Uma leitura analítica se realiza através da leitura dos documentos, artigos ou livros, selecionados para a pesquisa, seu objetivo é determinar e resumir as informações extraídas da fonte de pesquisa, para que assim se possa alcançar as respostas do problema da pesquisa (GIL, 2002).

3.1. TÉCNICAS DE PESQUISA

Será feita a utilização de pesquisa bibliográfica e documental. A pesquisa bibliográfica é formulada a partir de documentos científicos já produzidos, como livros

ou artigos. Segundo Gil (2002), a pesquisa bibliográfica possui uma vantagem a ser considerada:

Reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço (Gil, 2002, p. 45).

A pesquisa documental, diferente da bibliográfica, se constitui da colaboração de vários autores sobre determinado tema ou assunto, são eles os arquivos de órgãos públicos e instituições privadas, bem como associações científicas, igrejas, sindicatos, partidos políticos, entre outros, o que diferencia os tipos das pesquisas são as fontes utilizadas para a construção do material (FREITAS; PRODANOV, 2013; GIL, 2002).

Além de ser utilizado como base documental da temática do estudo, o Ranking Connected Smart Cities será utilizado e adaptado para a elaboração do questionário desta pesquisa.

Será realizada também a IPA (Importance Performance Analysis), para auxiliar na descrição e entendimento dos dados da pesquisa. A IPA, é uma técnica de pesquisa que tem por objetivo avaliar o desempenho e a qualidade de um serviço implementado por organizações (estatal ou privada), a partir do ponto de vista externo (HANDIWIBOWO, 2017), podendo ser utilizada para a compreensão e tabulação dos dados gerados nesta pesquisa.

Depois da implementação da IPA, pode-se analisar os resultados através de um quadro separados e 4 partes onde estão representados a importância e o desempenho de cada índice, para assim analisar eles da melhor maneira possível (CARVALHO; JUNIOR; ROCHA, 2014).

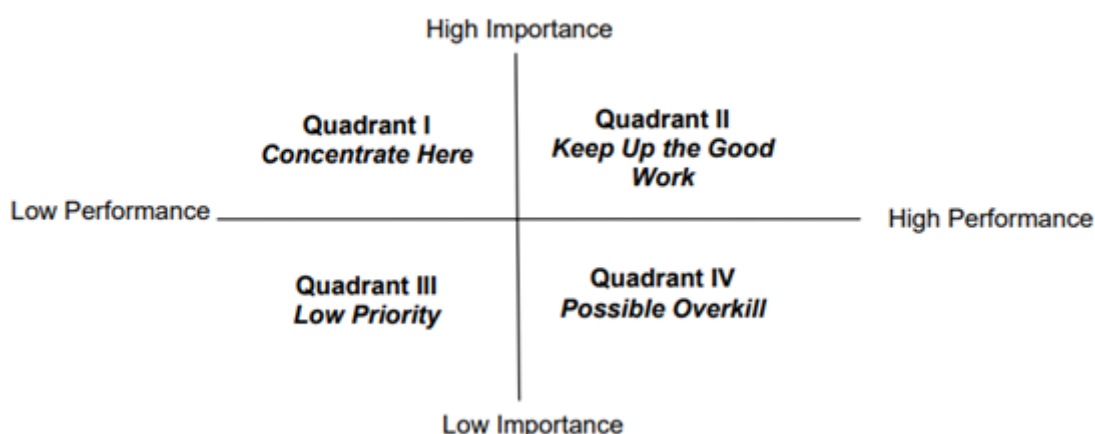
Para análise dos resultados, será utilizado o método Importance Performance Analysis conhecido como IPA, ela é utilizada para entender a satisfação do cliente e priorizar áreas que necessitam de melhorias, ela avalia o serviço e qual a sua qualidade. Esse método de análise tem sido utilizado bastante em áreas como turismo, educação, saúde, entre outros setores de serviços, atribuindo a importância e desempenho de cada item avaliado (WONG; HIDEKI; GEORGE, 2011).

A IPA, é uma ferramenta de avaliação indicada e utilizada por acadêmicos e profissionais de várias áreas, para descobrir atributos que estão indo bem e atributos

que precisam de melhoria, que precisam de ações imediatamente. É utilizada também para determinar o nível de prioridade de atributos para melhoria além de direcionar as ações para um desenvolvimento estratégico (HANDIWIBOWO, 2017).

O modelo da IPA é dividido em quatro quadrantes, com desempenho no eixo x e importância no eixo y. Como resultado, são criados quatro quadrantes: Concentre-se Aqui, Mantenha o Bom Trabalho, Baixa Prioridade e Possível Excesso, como ilustra a figura 04. Eles podem ser usados para gerar sugestões de melhorias ou manter o trabalho feito até o momento (WONG; HIDEKI; GEORGE, 2011).

FIGURA 4 – MATRIZ IPA



FONTE: WONG; HIDEKI; GORGE (2011).

O quadrante I (alta importância / baixo desempenho) é rotulado como: concentre-se aqui, os atributos desta área representam áreas-chave que precisam ser melhorados com prioridade máxima (WONG; HIDEKI; GEORGE, 2011; HANDIWIBOWO, 2017).

O Quadrante II (Alta Importância / Alto Desempenho) está identificado como: Mantenha o bom trabalho, todos os atributos desta área são a força e o pilar das organizações e devem ser o orgulho das organizações, mantendo elas em bom funcionamento (WONG; HIDEKI; GEORGE, 2011; HANDIWIBOWO, 2017).

O quadrante III (baixa importância / baixo desempenho) é identificado como: Baixa Prioridade, qualquer um dos atributos deste quadrante não são importantes e não representam ameaças para as organizações (WONG; HIDEKI; GEORGE, 2011; HANDIWIBOWO, 2017).

O quadrante IV (baixa importância / alto desempenho) é rotulado como: Possível excesso, indica atributos que são excessivamente enfatizados pelas organizações, elas devem refletir sobre esses eles ao invés de continuar concentrando esforços neste quadrante, redirecionando esses recursos para auxiliar os atributos do quadrante I (WONG; HIDEKI; GEORGE, 2011; HANDIWIBOWO, 2017).

Desta forma, o resultado da pesquisa seria o gráfico IPA, no caso o quadro, ressaltando quais são as variáveis presentes na comunidade que necessitam de melhoria ou que pode se manter o bom desempenho. Os índices utilizados como base para o gráfico, foram os índices pautados pelo Ranking Connected Smart Cities, indicando quais seriam os índices necessários para a cidade ser considerada uma Smart City e com o gráfico podemos analisar como deveria ser e qual é a realidade da comunidade.

Tendo como esse objetivo, a utilização da matriz IPA, podemos alinhar quais são os instrumentos mais adequados a serem utilizados, para a coleta e análise de cada objetivo específico propostos por essa pesquisa.

QUADRO 6 – CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

| Objetivos Específicos | Fonte de Dados | Técnicas de coleta de dados | Instrumento de coleta de dados | Análise e interpretação dos dados |
|--|-----------------------|---|--|--|
| OE1: Identificar a literatura sobre a temática de Smart City e Smart Destination | Dados Secundários | Pesquisa bibliográfica e documental através de livros e artigos sobre o tema proposto | Leitura | Levantamento da revisão de literatura |
| OE2: Descrever o Ranking Connected Smart Cities | Dados Secundários | Pesquisa bibliográfica e documental através de livros e artigos sobre o tema proposto | Documento Ranking Connected Smart Cities | Levantamento do Ranking |
| OE3: Compreender e listar os indicadores que classificam Ranking Connected Smart Cities | Dados Secundários | Pesquisa bibliográfica e documental através de livros e artigos sobre o tema proposto | Documento Ranking Connected Smart Cities | Análise descritiva do Ranking |

| | | | | |
|--|-------------------------------|---|--|--|
| OE4: Aplicar o questionário e a matriz IPA, para compreender a percepção do residente | Dados Primários e Secundários | Pesquisa Documental e Pesquisa de Campo | Análise descritiva e aplicação do Questionário <i>online</i> | Análise descritiva dos dados através dos dados gerados pelo questionário |
|--|-------------------------------|---|--|--|

FONTE: elaboração própria (2019).

3.2. COLETA DE DADOS

A coleta dos dados foi efetuada de 2 formas, utilizou-se do levantamento bibliográfico e documental, para se ter conhecimento e entendimento do assunto tratado, esses assuntos foram encontrados em livros, artigos e revista de vários setores, para compreender as aéreas que o conceito Smart City engloba, auxiliando também em um melhor entendimento e debate do assunto.

O documento Ranking Connected Smart Cities, foi utilizado como base para expandir a pesquisa referente ao tema proposto, ajudou a compreender quais aéreas da sociedade se eram tratadas e como a classificação funcionava, para assim desenvolver o questionário aplicado com os cidadãos, para compreender o que se era proposto para uma Smart City e qual é a realidade dela.

Por último, utilizou-se da fonte primária, que é o entendimento do cidadão através da aplicação do questionário, tendo essas respostas podemos realizar um comparativo entre o que se é proposto, para que uma cidade seja considerada Smart City, e qual é a realidade da comunidade, podendo assim identificar se a cidade realmente atende aos requisitos necessários para ser considerada Smart.

Foi utiliza a Matriz IPA, para análise e tabulação dos dados, pois ela consegue articular entre o se precisa melhorar e o que se tem um bom desempenho a partir dos quadrantes (alta e baixa importância, alta e baixa performance), neste contexto ela ajudará a mostrar realmente qual é a realidade de Curitiba tendo como base a opinião popular, daqueles que vivem o dia a dia na cidade, fazendo um comparativo com como a cidade deveria ser, devido ao conceito de Smart City o qual a cidade se apropria para se ter uma rotatividade na economia e no turismo local.

3.2.1. CONSTRUÇÃO DO INSTRUMENTO DE COLETA DOS DADOS

O questionário citado, foi elaborado através do Ranking Connected Smart Cities, que analisa 11 dimensões e 70 indicadores da sociedade identificando quais cidades atendem a esses requisitos, quanto mais indicadores desenvolvidos e implementados na comunidade local, maior será sua posição.

O questionário foi montado tendo como base esses indicadores, efetuando uma comparação entre o que seria ideal, ou importante, para o desenvolvimento e crescimento de uma sociedade com a realidade da cidade. O público de aplicação dos questionários, foram os residentes da cidade de Curitiba com Questionário encaminhado através do *Google Forms*.

Este questionário teve como objetivo identificar quais são os indicadores que a cidade possui comparando com a realidade e visão dos moradores da cidade de Curitiba, apontando se esses indicadores atendem ou não as necessidades dos cidadãos.

A pesquisa teve um total de 36 perguntas, onde 4 delas foram realizadas para identificar o público a ser atingido por ela, envolvendo a região que o respondente reside, gênero, faixa etária e grau de formação. As perguntas presentes no questionário envolvem 11 setores principais da sociedade, assim pode-se identificar quais deles possuem um desenvolvimento necessário, para que a cidade seja considerada como Smart, se baseando em seus setores que possuem investimento e desenvolvimento.

Os 11 setores se dividem em mobilidade, urbanismo, meio ambiente, energia, tecnologia e inovação, economia, educação, saúde, segurança, empreendedorismo e governança. Cada um desses setores, possuem uma quantidade de indicadores classificados para análise, no Ranking Connected Smart Cities, foram estabelecidos 70 indicadores, que se dividem pelos 11 setores sociais.

Para o desenvolvimento do questionário se utilizou parte destes indicadores, pois o ranking aborda áreas que necessitam que um estudo mais aprofundado, para se trabalhar com os indicadores propostos realizou-se um filtro entre os setores, abordando os indicadores que mais se aplicariam a realidade da cidade em estudo.

3.2.2. TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Será realizada a tabulação e interpretação dos dados através do excel, que gera uma tabela com os dados obtidos através das respostas do Google Forms. Utilizaremos também a tabela de indicadores do Ranking Connected Smart Cities e a matriz IPA.

Para análise dos resultados, será utilizado o método Importance Performance Analysis conhecido como IPA, ela é utilizada para entender a satisfação do cliente e priorizar áreas que necessitam de melhorias, ela avalia o serviço e qual a sua qualidade. Esse método de análise tem sido utilizado bastante em áreas como turismo, educação, saúde, entre outros setores de serviços, atribuindo a importância e desempenho de cada item avaliado (WONG; HIDEKI; GEORGE, 2011).

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Neste capítulo será relatado como os dados foram coletados, assim como a análise dos mesmos para formular o produto de turismo, tendo como base a interpretação dos dados analisados.

A coleta de dados ocorreu em dois momentos, como mencionado anteriormente. No primeiro momento ocorreu a pesquisa bibliográfica e documental, onde foram analisados livros e artigos sobre o tema proposto através de plataformas de publicações de periódicos, além dos acervos disponíveis da UFPR (SIBI, Sistemas de Bibliotecas) e da USP (Publicações de Turismo).

O segundo momento ocorreu com a pesquisa de campo, representado com a aplicação do questionário online com a população da cidade de Curitiba, o questionário foi elaborado entre os meses de maio e junho de 2019, em 15 e 16 de julho de 2019 se realizou o pré-teste do questionário, em 22 de julho ele foi encaminhado para moradores de Curitiba e região metropolitana, através das plataformas de comunicação Facebook, Whatsapp e Instagram.

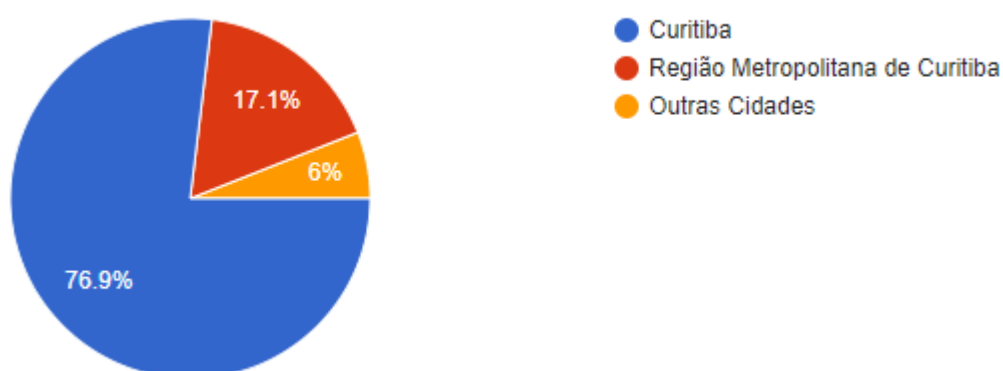
Obteve-se um total de 117 respostas, o qual 76.9% dos respondentes residem em Curitiba, 17.1% residem a região metropolitana de Curitiba e 6% residem em outras cidades, como ilustra o gráfico abaixo.

As perguntas presentes neste questionário foram elaboradas conforme os indicadores necessários para a cidade ser considerada Smart, apresentado nos capítulos anteriores. Será apresentado agora a análise das respostas coletadas, através da aplicação da matriz IPA (Important Performance Analysis) que, conforme explicado, irá auxiliar a se ter uma melhor compreensão entre o que se é importante para a sociedade e qual é a sua realidade, baseando-se no Ranking Connected Smart Cities que classifica as cidades em Smart a partir de indicadores específicos, e para isso eles precisam ter um ótimo desempenho para serem classificadas.

A primeira pergunta do questionário, teve como objetivo segmentar a pesquisa para moradores apenas da cidade de Curitiba e região metropolitana para não se ter dados falsos ou incapazes de serem validados. Podemos observar que a maioria das respostas foram de moradores da cidade de Curitiba, com 76.9% das respostas seguido pelos moradores da região metropolitana, com 17.1% das respostas.

Os moradores de outras cidades, representados por 6% nesta pesquisa não chegaram a responder o questionário completo, apenas informaram a região onde moravam. Para se realizar um filtro das pessoas que responderam à pesquisa após selecionar sua região correta, eram direcionados para continuarem a responder o questionário os residentes de Curitiba e região metropolitana, para aqueles que residiam em outras cidades tinham seu questionário encerrado.

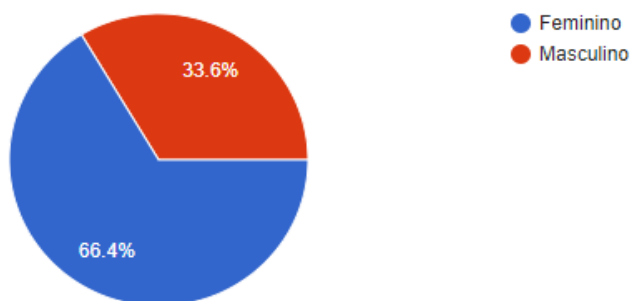
GRÁFICO 1 – VOCÊ RESIDE EM



FONTE: elaboração própria (2019).

Das pessoas que moram na cidade de Curitiba e região metropolitana, 66.4% respondentes foram mulheres e 33.6% foram homens, como apresenta o gráfico abaixo.

GRÁFICO 2 - GÊNERO

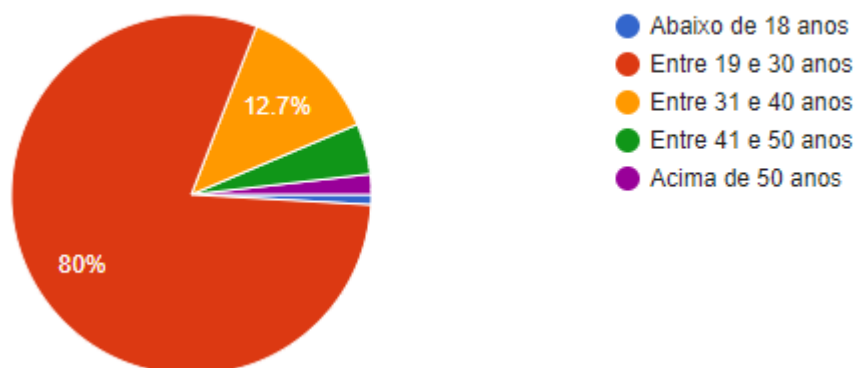


FONTE: elaboração própria (2019).

Podemos notar também que a faixa etária predominante dos respondentes residentes em Curitiba e região metropolitana é entre 19 e 30 anos compreendendo em 80 % respondentes neste campo, seguido pelos respondentes entre 31 e 40 anos

com 12.7%, 4.5% respondentes entre 41 e 50 anos, 1.8% respondentes acima de 50 anos e 0.9% respondentes abaixo de 18 anos, como consta no gráfico.

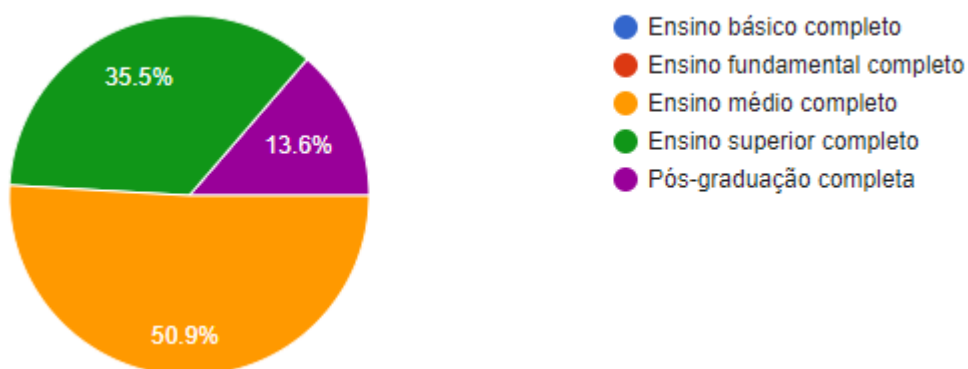
GRÁFICO 3 – FAIXA ETÁRIA



FONTE: elaboração própria (2019).

Destes respondentes, 50.9% deles possuem ensino médio completo, 35.5% possuem ensino superior completo e 13.6% deles possuem pós-graduação completa.

GRÁFICO 4 - FORMAÇÃO



FONTE: elaboração própria (2019).

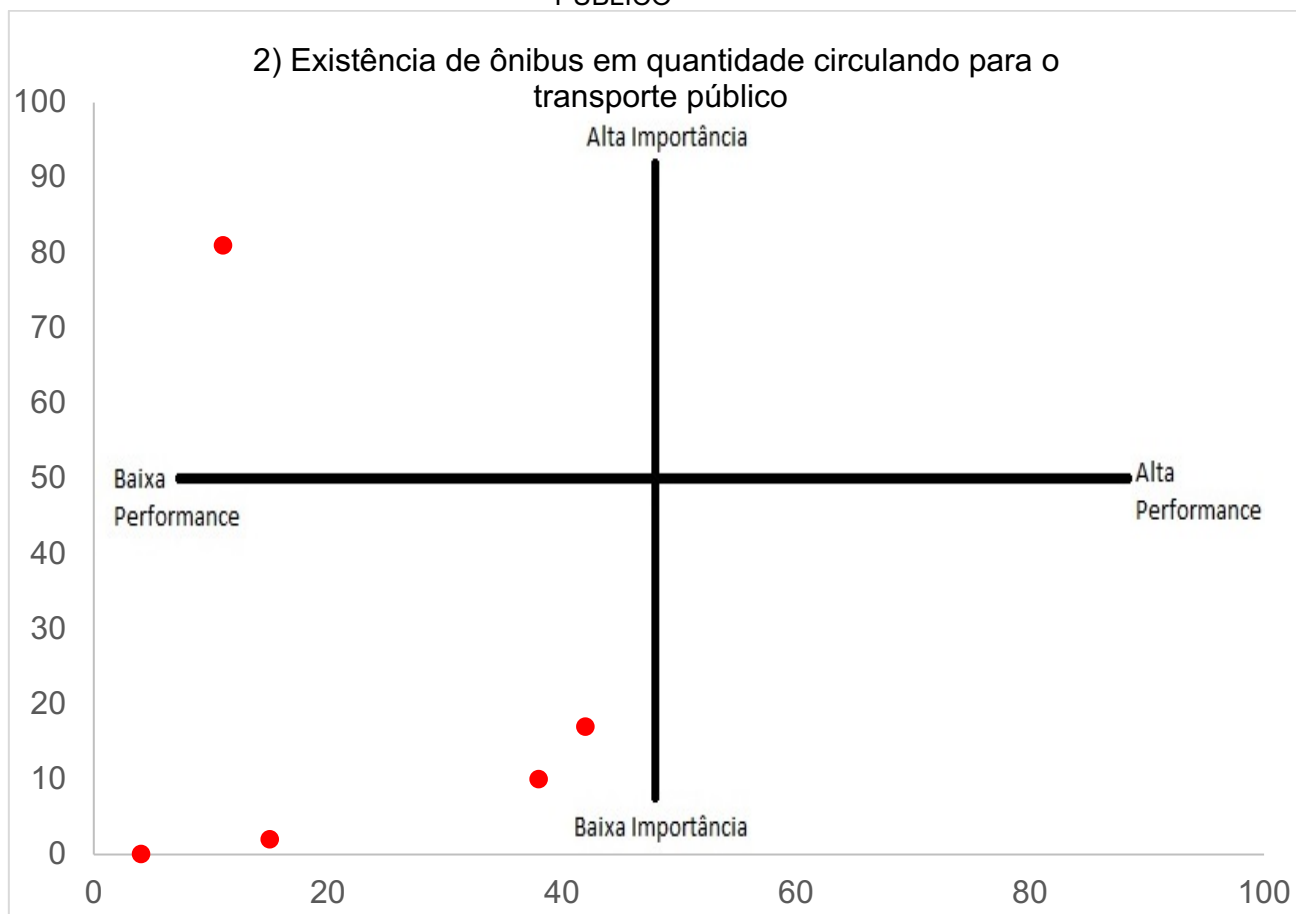
A pergunta de número 2, teve como objetivo identificar se o transporte público da cidade, utilizada pelos moradores, correspondiam as necessidades dos mesmos em questão da frota disponível para a circulação dos cidadãos pela cidade.

Em relação à existência de ônibus em quantidade circulando para o transporte público, com 81 respostas no nível 5, ela se destacou como um indicador de grande importância para a comunidade. Constatou-se que o transporte público não possui a quantidade suficiente de carros circulando, porém não se encontra com um déficit

muito grande, a maioria das respostas referente a realidade deste indicador, com um total de 42 respostas no nível 3, mostrando um certa neutralidade da comunidade referente a quantidade de carros circulando ficando localizado assim no quadrante I.

Constatou-se um mau funcionamento, representado pelos indicadores com alta importância para a sociedade, mas que possuem um baixo desempenho, mostrando assim que ele não possui a devida atenção, que se faz necessário para se ter um bom desempenho e precisa ser melhorado para usufruirmos de uma frota de ônibus que atendem à demanda e necessidade dos moradores, como consta no gráfico. Se ter mais carros operando para facilitar o deslocamento do morador, sem atrasos.

GRÁFICO 5 – EXISTÊNCIA DE ÔNIBUS EM QUANTIDADE CIRCULANDO PARA O TRANSPORTE PÚBLICO

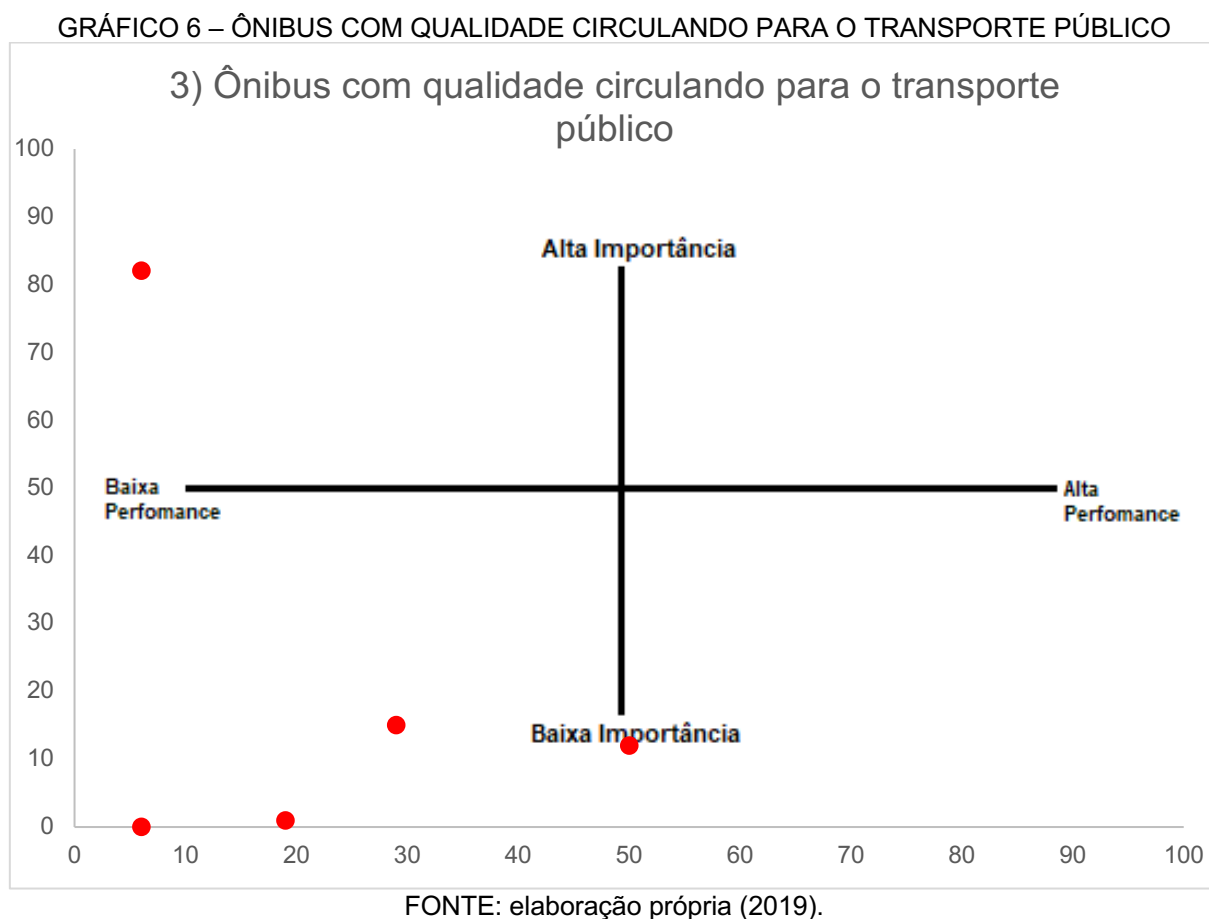


FONTE: elaboração própria (2019).

A pergunta três, foi elaborada com o intuito de saber o transporte público está em bom estado e qualidade, não apenas em quantidade. Com 82 respostas no nível

5 em relação a sua importância, esse indicador se mostrou de grande importância para a comunidade.

Contudo em relação a realidade, o nível 3 obteve 50 respostas indicando uma neutralidade da comunidade referente a qualidade do transporte circulando na cidade, este indicador também está localizado no quadrante I, indicando que ele é um elemento de alta importância, mas não possui o investimento necessário, como consta no gráfico abaixo.

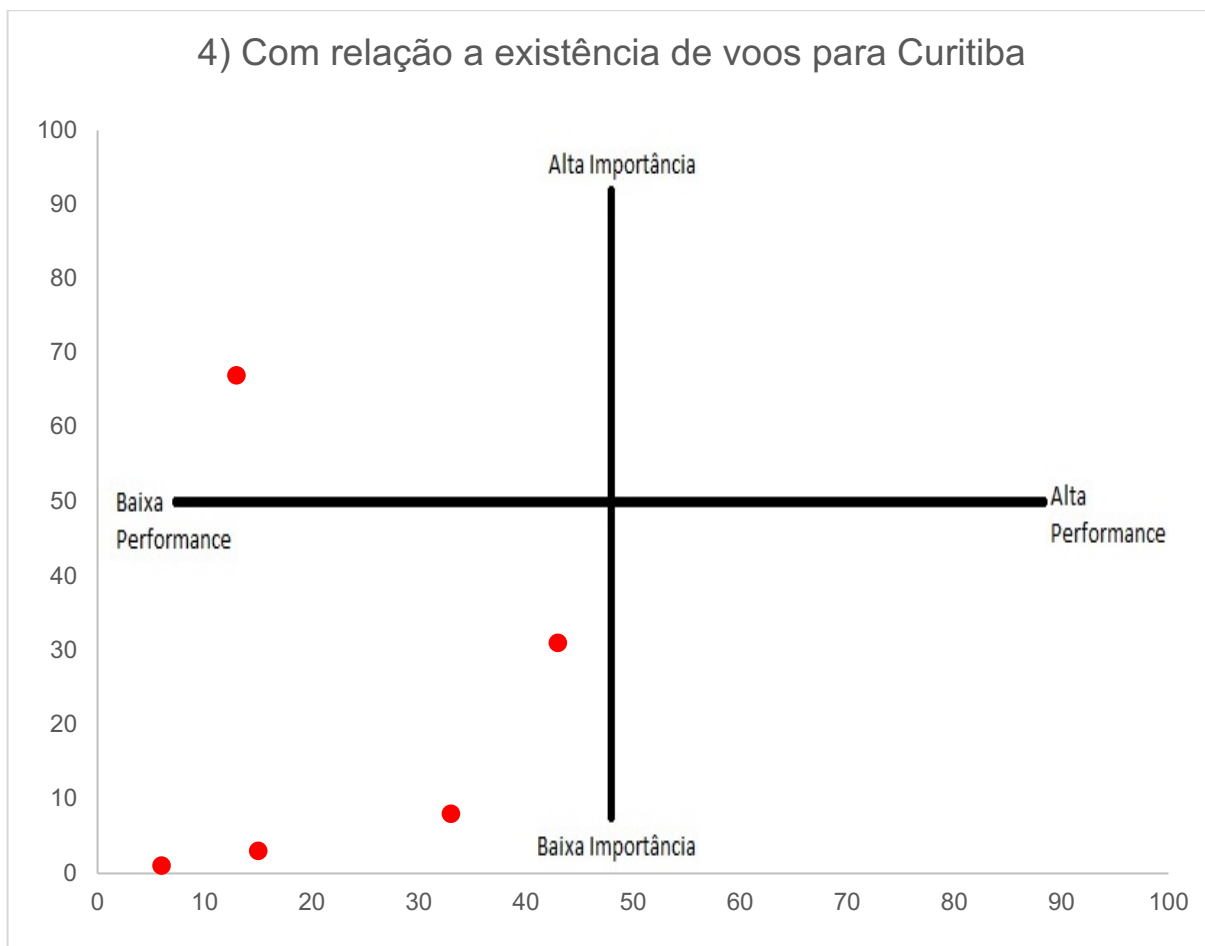


A questão 4 foi elaborada para identificar se há uma demanda para a cidade tendo como base os fluxos dos voos para a cidade de Curitiba. Este indicador se mostrou de grande importância obtendo 67 respostas no nível 5 de importância.

Referente a realidade deste indicador, ela obteve 43 respostas no nível 4, indicando que a demanda presente é relativamente boa, segundo a perspectiva do cidadão, esse indicador se encontra localizada no quadrante I, mostrando que esse indicador é de grande importância, não apenas para a movimentação da economia local, como também para incentivar o turismo na cidade e se obter uma

demanda fixa de consumidores, só que infelizmente esse indicador não possui o investimento necessário para se desenvolver, como consta no gráfico.

GRÁFICO 7 – COM RELAÇÃO A EXISTÊNCIA DE VOOS PARA CURITIBA



FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 5 pretendeu identificar se a cidade possui ruas adequadas e pavimentadas para a locomoção do cidadão.

Com 81 respostas no nível 5, este indicador se mostrou de grande importância para a cidade, referente a sua realidade os moradores se mostraram neutros obtendo 40 respostas no nível 3. O indicador se encontra no quadrante I, sendo de grande importância para a sociedade, mas que não obtém investimento necessário para se tornar um indicador de boa qualidade, como mostra o gráfico.

GRÁFICO 8 – EXISTÊNCIA DE RUA PAVIMENTADAS DE QUALIDADE



FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 6 teve o objetivo de saber se as leis municipais para zoneamento e uso do solo são realmente implantadas nas cidades com êxito. Com 79 respostas no nível 5, este indicador se mostrou de grande importância, entretanto os cidadãos se mostraram neutros em relação a esse indicador obtendo 52 respostas no nível 3, fazendo com que ele fique localizado no quadrante I, como consta o gráfico.

As leis de zoneamento e uso do solo auxiliam no planejamento e desenvolvimento de uma cidade, elas elaboram as formas e caminhos que a cidade de se dirigir a partir das ideias discutidas para elaboração e posteriormente sua implantação, fazendo com que a cidade cresça ordenadamente e possua um impulso econômico (CURITIBA, 2013).

GRÁFICO 9 – EXISTÊNCIA DE LEI MUNICIPAL PARA ZONEAMENTO E USO DO SOLO



FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 7 teve por objetivo verificar se há estações para tratamento do esgoto, este que foi um indicador identificado como de grande importância para a comunidade, obtendo 91 respostas no nível 5 de importância.

A necessidade da existência de estações de tratamento do esgoto se faz presente pois é o mínimo que a gestão governamental deve disponibilizar, para seus cidadãos viverem em boa qualidade como consta no Plano Municipal de Esgotamento Sanitário da cidade de Curitiba. Ele visa melhorias na qualidade de vida da população assim como em questões ambientais, para se promover o desenvolvimento sustentável da cidade de Curitiba (CURITIBA, 2017).

A realidade que os cidadãos vivem, segundo a pesquisa é parcialmente boa com o que se é proposto pelo plano, com 54 respostas no nível 3, este índice se mostrou de grande importância não apenas para melhorar a qualidade de vida da comunidade, como também para os turistas e visitantes que ficam na cidade. Infelizmente ele não possui o investimento e a atenção necessária para evoluir, como pode ser identificado no gráfico abaixo.

GRÁFICO 10 – EXISTÊNCIA DE ESTAÇÕES PARA TRATAMENTO DO ESGOTO



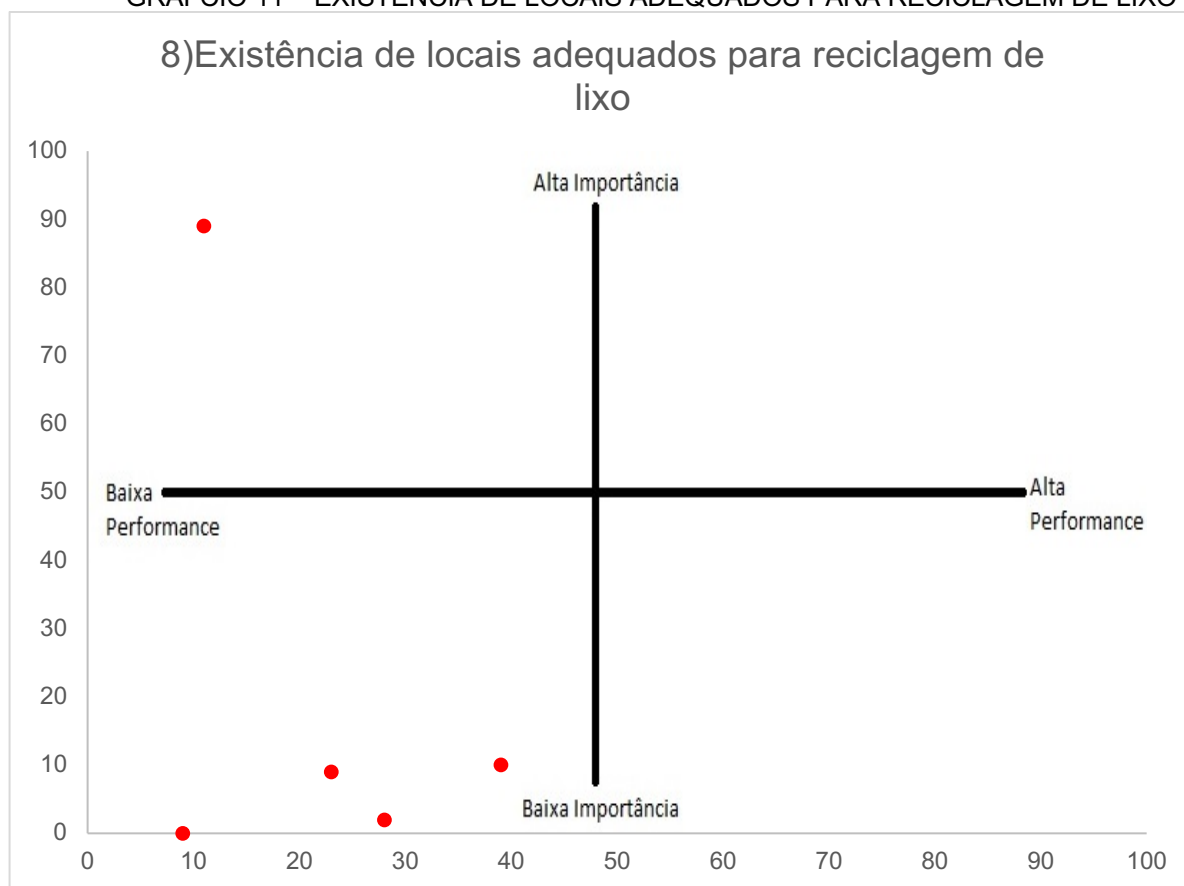
FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 8 teve o objetivo de analisar a existência de locais para a reciclagem de lixo, esse indicador foi apontado como extremamente importante para os cidadãos da cidade obtendo 89 respostas no nível 5. Segundo o site da prefeitura de Curitiba, a limpeza pública é responsável pelo município de Curitiba é a Secretaria Municipal do Meio Ambiente que tem por objetivo realizar a limpeza da cidade, de resíduos sólidos ou não, assim como supervisionar e fiscalizar a execução dessas tarefas.

Curitiba possui o programa Lixo que não é Lixo, voltado para a coleta de resíduos sólidos recicláveis, que incentiva a comunidade a efetuar a separação do lixo orgânico dos demais resíduos produzidos por eles (CURITIBA, 2010).

Podemos observar que os moradores da cidade se mostram parcialmente neutros com os locais onde se é realizado a reciclagem do lixo reciclável, com 39 respostas no nível 3 e com 28 respostas no nível 2 de insatisfação. Ele está localizado no quadrante I do gráfico, que representa um indicador de extrema importância, mas não possui investimento necessário para atender a demanda da comunidade.

GRÁFICO 11 – EXISTÊNCIA DE LOCAIS ADEQUADOS PARA RECICLAGEM DE LIXO



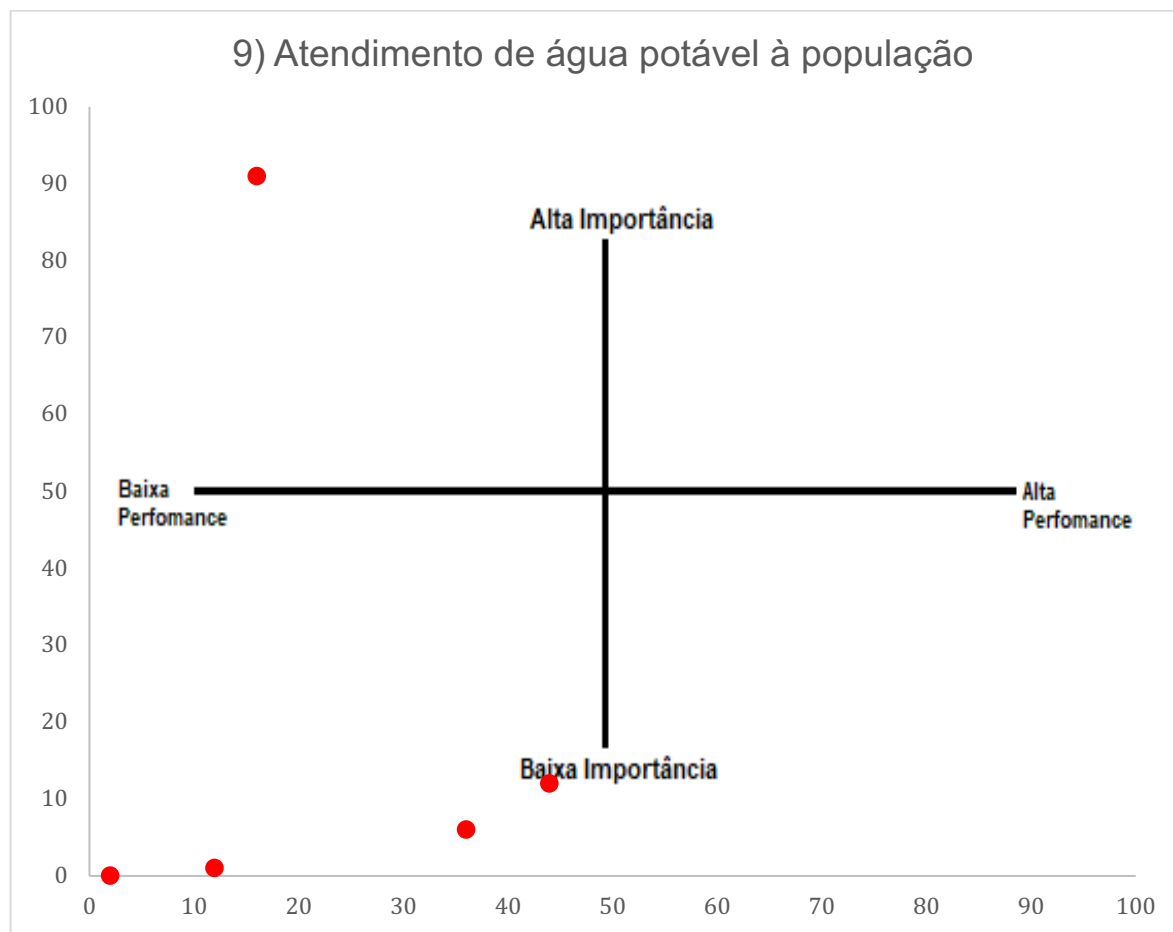
FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 9 refere-se à distribuição de água potável para a população, com 91 respostas no nível 5, esse indicador se mostrou extremamente importante para a comunidade.

Segundo o Plano Municipal de Abastecimento de Água, os sistemas de abastecimento têm por objetivo, atender e sanar as atividades que necessitam a utilização de água potável, disponibilizando água em quantidade e qualidade para a população (CURITIBA, 2013).

A comunidade, entretanto, avaliou esse indicador de forma neutra, com 44 respostas no nível 3, ele se mostrou de grande importância, mas com baixo investimento, necessitando de novos recursos e projetos, para melhorar seu desempenho.

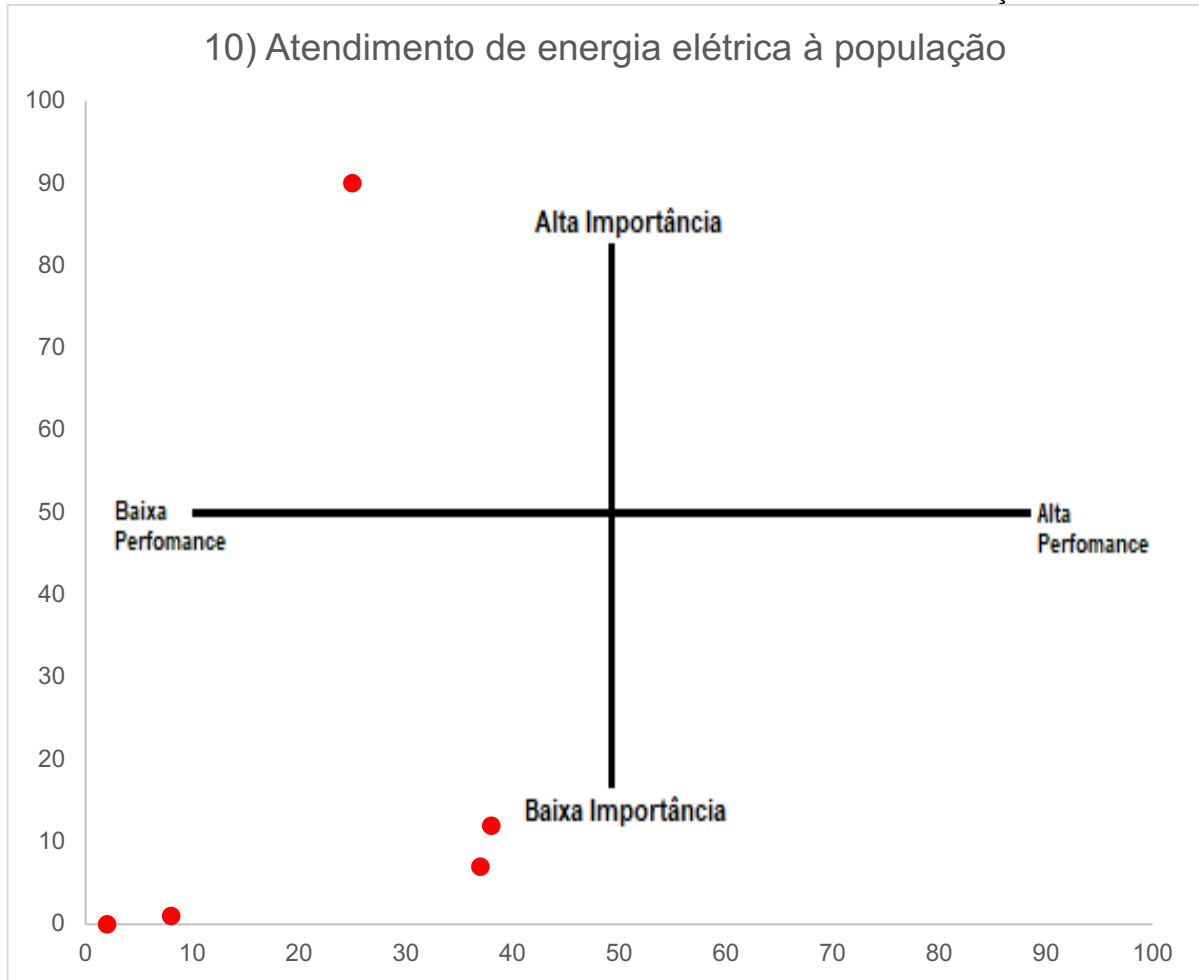
GRÁFICO 12 – ATENDIMENTO DE ÁGUA POTÁVEL À POPULAÇÃO



A questão 10 trata sobre a distribuição de energia elétrica para a população, com 90 respostas no nível 5, esse indicador se mostrou de grande importância. Atualmente a empresa responsável pela distribuição de energia na cidade de Curitiba é a Copel, ela atua em 394 municípios.

Com 38 respostas no nível 3 e 37 respostas no nível 2, esse indicador foi avaliado com um desempenho razoável, atendendo parcialmente as necessidades e a demanda da população. Ele está localizado no quadrante I, identificado como de extrema importância para a comunidade, mas que possui um péssimo desempenho, necessitando de investimento e projetos nesta área, para melhorar a distribuição de energia para a sociedade.

GRÁFICO 13 – ATENDIMENTO DE ENERGIA ELÉTRICA À POPULAÇÃO

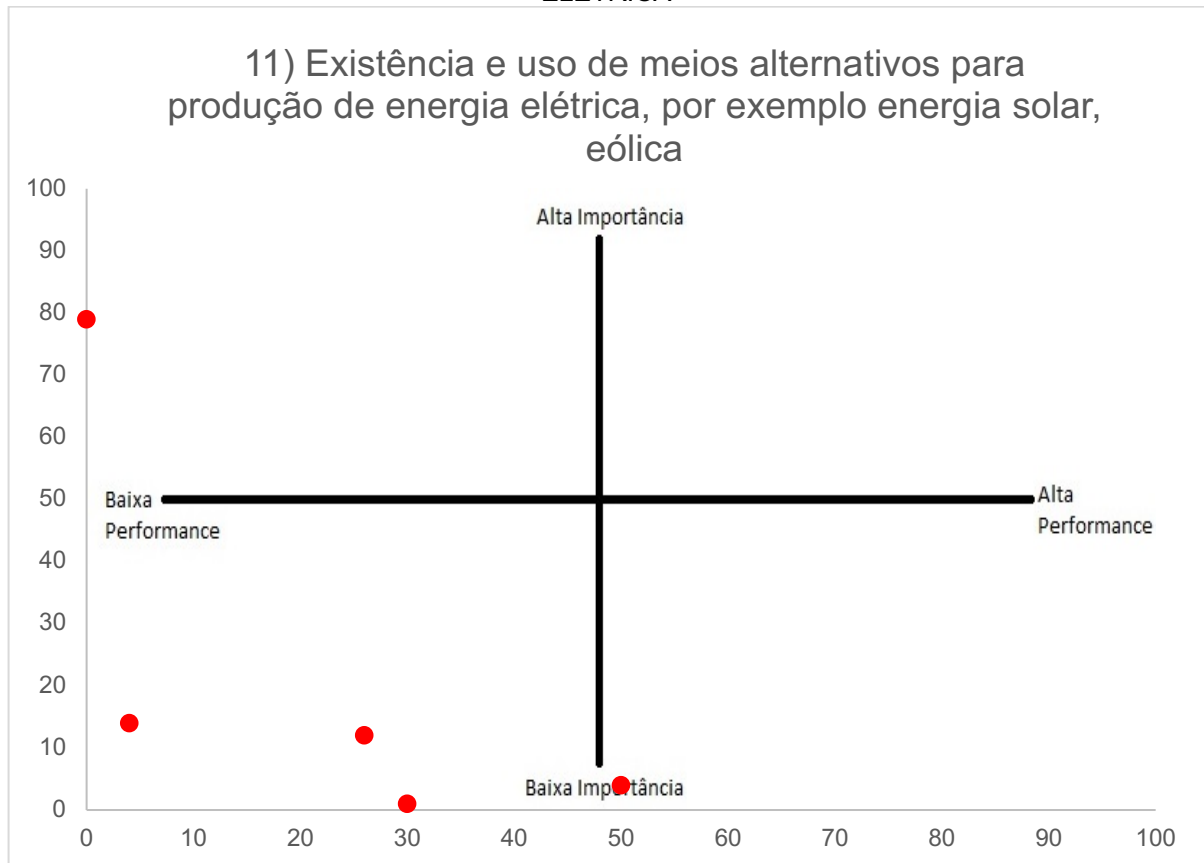


FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 11 pretendeu avaliar a existências de meios alternativos para produção de energia elétrica, como por exemplo energia solar e eólica. Com 79 respostas no nível 5, este indicador se mostrou de extrema importância para a comunidade.

Porém, esse indicador não demonstra uma funcionalidade boa obtendo assim 50 respostas no nível 2, indicando um desempenho e investimentos baixos nesse indicador, se localizando assim no quadrante I, conforme indica o gráfico.

GRÁFICO 14 – EXISTÊNCIA E USO DE MEIO ALTERNATIVOS PARA PRODUÇÃO DE ENERGIA ELÉTRICA

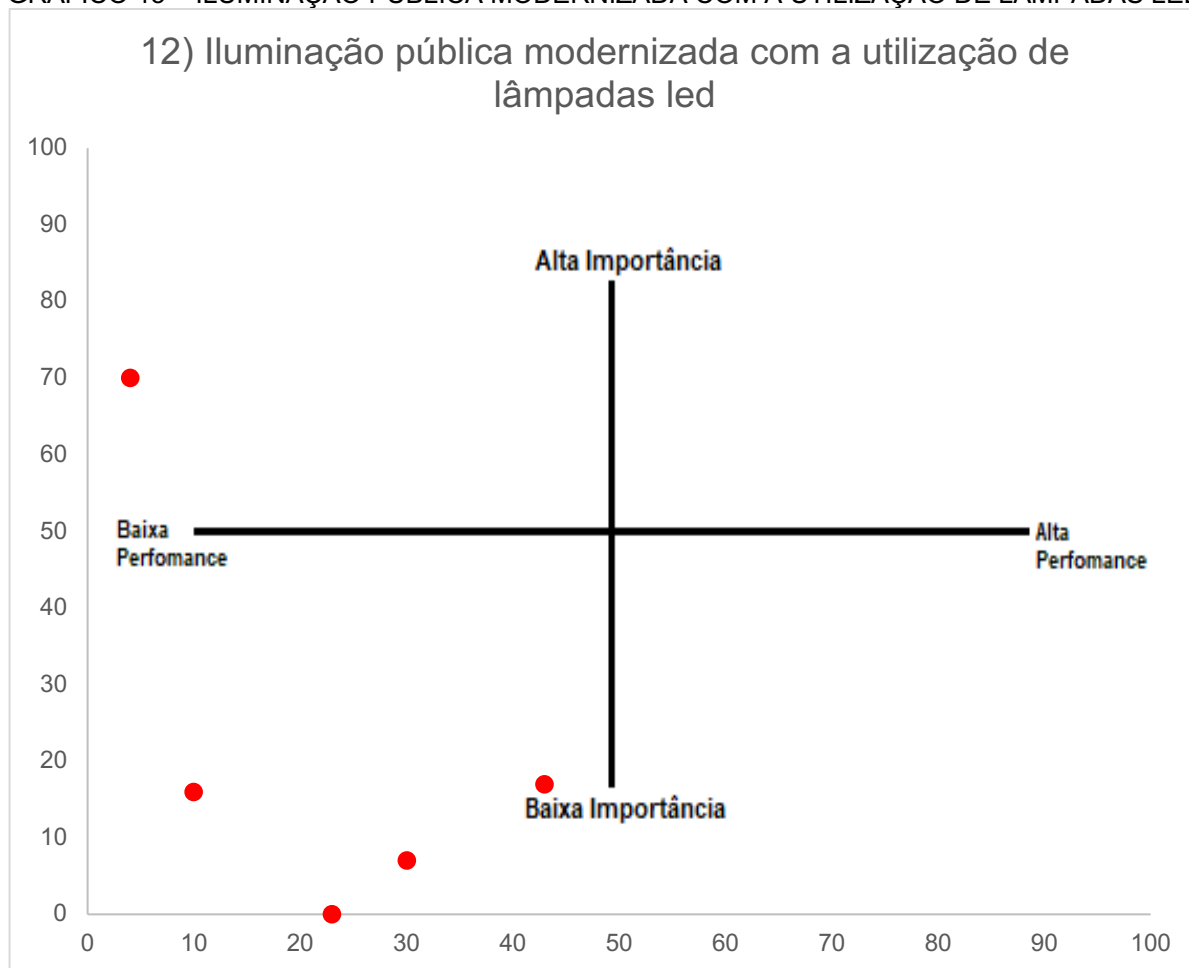


FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 12 foi realizada com o intuito de identificar se há uma iluminação modernizada na cidade com a utilização de lâmpadas de led. Esse indicador se mostrou de extrema importância obtendo 70 respostas no nível 5, o investimento e incentivo de novas tecnologias implementadas no dia a dia da sociedade melhora não apenas a comunidade, como dá uma nova imagem para a cidade.

Esse indicador obteve 43 respostas no nível 3 e 30 respostas no nível 2, informando que a realidade deste indicador é insatisfatória para os cidadãos, funcionando parcialmente bem, ele se localiza no quadrante I do gráfico, podendo entender que ele é importante, porém não possui atenção suficiente para se ter melhorias, conforme indica o gráfico.

GRÁFICO 15 – ILUMINAÇÃO PÚBLICA MODERNIZADA COM A UTILIZAÇÃO DE LÂMPADAS LED

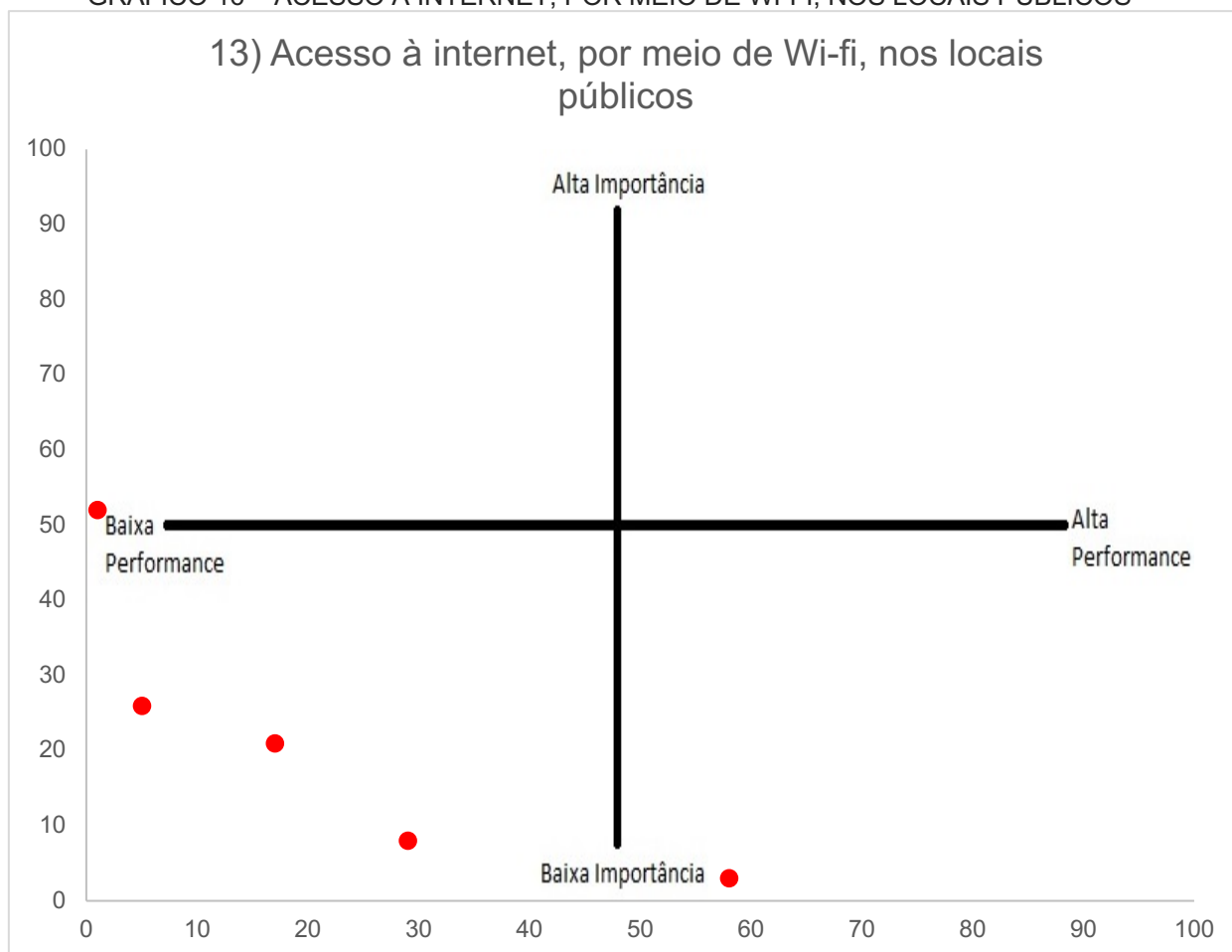


FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 13 teve como objetivo identificar se a cidade possui acesso à internet, através de Wi-fi em locais públicos, para utilização da população, este indicador se mostrou de grande importância para a sociedade obtendo 52 respostas no nível 5.

Entretanto ele obteve 58 respostas no nível 1, informando que este indicador não funciona na realidade, ele está localizado no quadrante I do gráfico, indicando que ele é importante, porém os recursos disponíveis para se melhorar não possuem, eles estão concentrados em outro indicador que talvez não pese tanto para a comunidade, conforme indica o gráfico.

GRÁFICO 16 – ACESSO A INTERNET, POR MEIO DE WI-FI, NOS LOCAIS PÚBLICOS

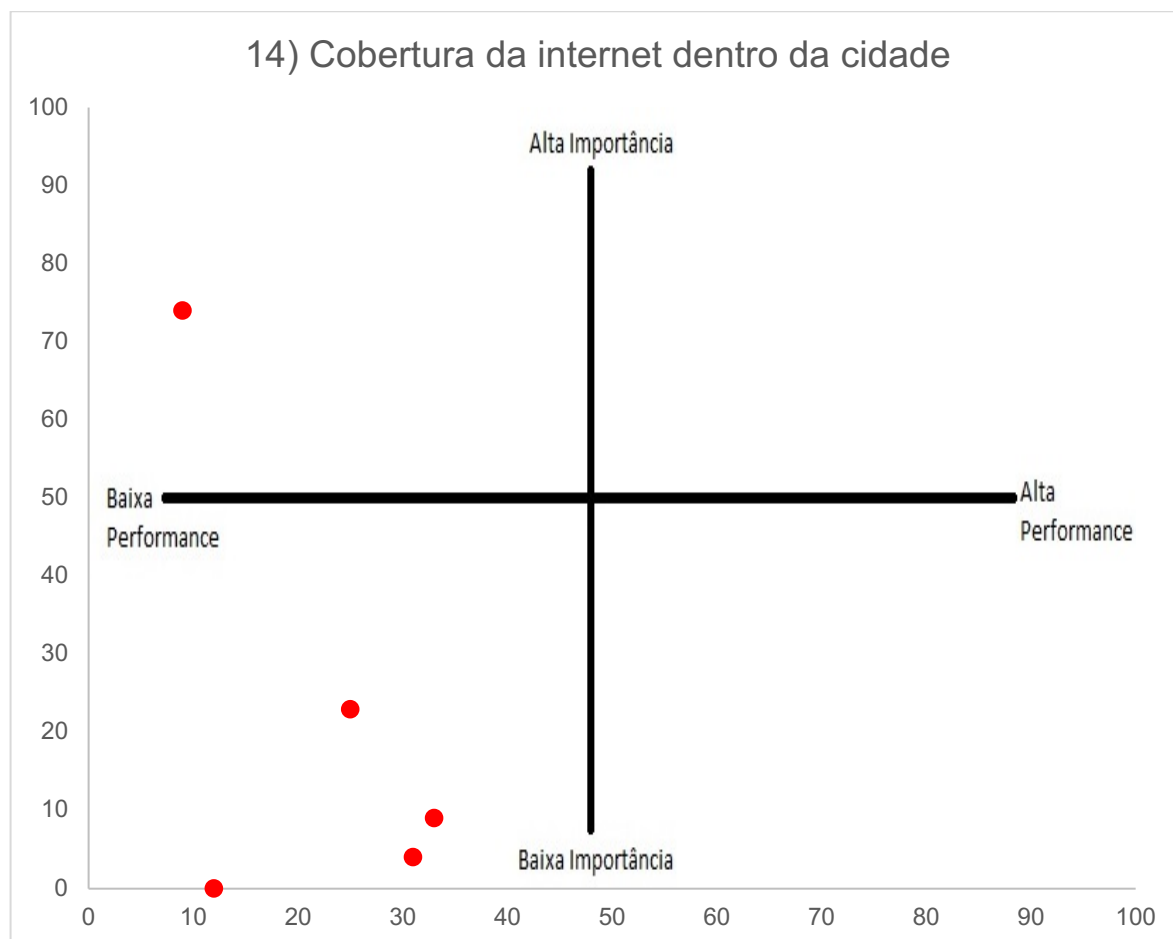


FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 14 teve por objetivo analisar a cobertura de internet na cidade, que se mostrou de extrema importância, obtendo 74 respostas no nível 5. Atualmente, muitas das coisas que se é feito e tem o auxílio de um *smartphone*, *tablet* ou computador, seja para procurar vagas de emprego, para encontrar um endereço, entre outras funcionalidades.

Entretanto pode-se notar que a importância não reflete a realidade, com 33 respostas no nível 3 e 31 respostas no nível 2 este indicador se mostrou com uma funcionalidade baixa, se comparado com a realidade. Ele se encontra no quadrante I do gráfico, indicando ser de alta importância, porém não possui o desenvolvimento necessário, é importante que se concentre novos projetos e investimento, para melhorar este indicador.

GRÁFICO 17 – CORBETURA DA INTERNET INDRO DA CIDADE



FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 15 teve por objetivo identificar se há postos de saúdes (UBSF) nos bairros, ele se mostrou um indicador de extrema importância obtendo 91 respostas no nível 5.

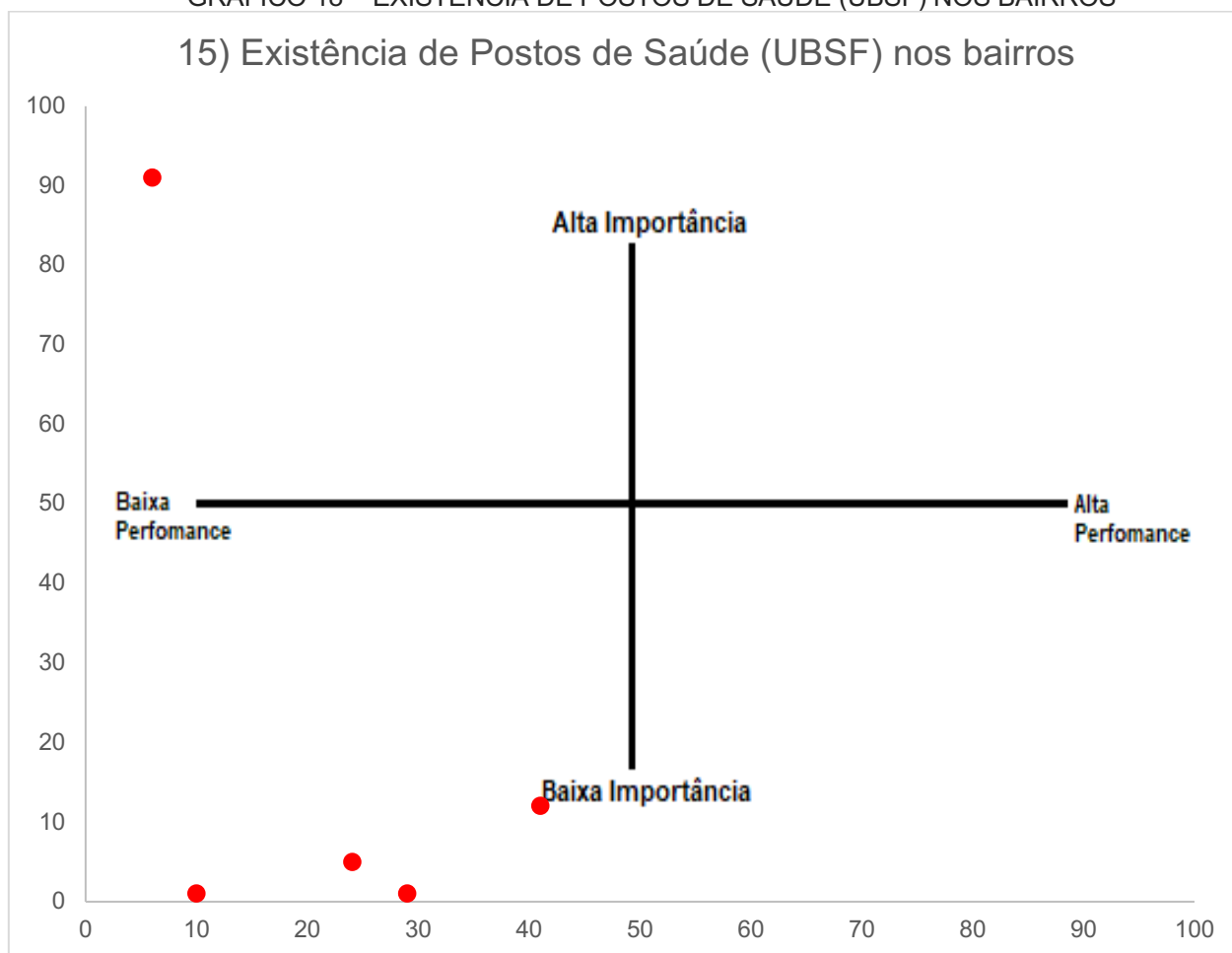
É obrigação dos gestores de uma cidade, disponibilizar educação, saúde e moradia adequada para seus cidadãos. Segundo o Plano Municipal de Saúde de Curitiba, ele direciona as Políticas Públicas de Saúde a serem implementadas e supervisionadas pela Secretaria de Municipal da Saúde de Curitiba (CURITIBA, 2015).

Além do Plano ser lei, ele é um documento fundamental para se estabelecer o Sistema de Único de Saúde (SUS).

Com 41 respostas no nível 3 e 29 respostas no nível 2, este indicador foi identificado com um funcionamento de qualidade razoável, estando localizado no quadrante I do gráfico, pode-se notar que ele não possui atenção necessária ou o

investimento de recursos apropriados para conseguir ser um indicador de qualidade, para atender as necessidades dos cidadãos.

GRÁFICO 18 – EXISTÊNCIA DE POSTOS DE SAÚDE (UBSF) NOS BAIRROS



FONTE: elaboração própria (2019).

A questão dezesseis, teve por objetivo identificar se há ou não médicos, com especialidades variadas, na cidade. O indicador se mostrou de extrema importância para os moradores, obtendo 90 respostas de nível 5.

A realidade identificada por eles é que, funciona parcialmente como se deve, obtendo 40 respostas no nível 3, indicando o funcionamento razoável deste indicador, estando localizado assim no quadrante I do gráfico. Lembrando que é de responsabilidade do governo, oferecer meios para uma vida de qualidade para a população (CURITIBA, 2015).

GRÁFICO 19 – MÉDICOS, COM ESPECIALIDADES VARIADAS, NA CIDADE



A pergunta 17 teve como objetivo, avaliar se a quantidade de leitos disponíveis em quantidade nos hospitais públicos, estavam adequados para atendimento da população.

Esse indicador se mostrou de extrema importância para a sociedade atingindo 90 respostas de nível 5, entretanto, a realidade indicada pelos moradores é que a quantidade necessária para atendimento da população não é adequada, o desempenho de funcionamento que se deveria ter não está em boas condições, não atende a suas necessidades obtendo 43 respostas nesse nível 3 e 35 respostas no nível 2, indicando o desempenho indesejado.

O gráfico mostra que o indicador é de extrema importância, porém não funciona, ele está localizado no quadrante I, que mostra sua importância além de indicar a falta de investimento para melhorar o desempenho do mesmo.

GRÁFICO 20 – NÚMERO DE LEITOS NOS HOSPITAIS PÚBLICOS NA CIDADE EM QUANTIDADE ADEQUADA AO ATENDIMENTO DA POPULAÇÃO

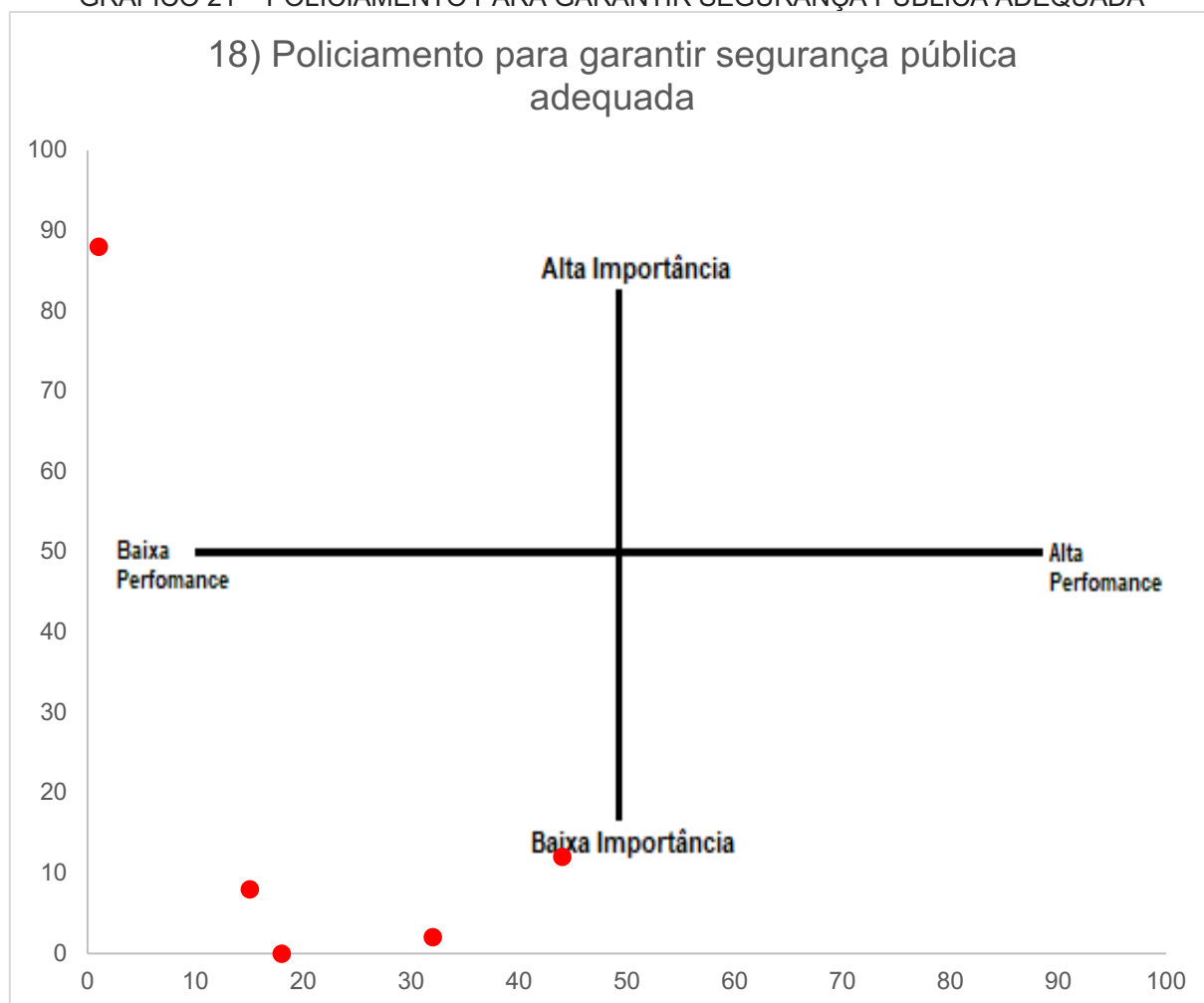


FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 18 teve por objetivo identificar se há um policiamento adequado para garantir a segurança pública. Este indicador se mostrou de extrema importância, obtendo 88 respostas de nível 5.

Entretanto, a realidade informada pelos cidadãos é que este policiamento não funciona da maneira que se deveria, mostrando grande insatisfação pelos moradores, obtendo 44 respostas no nível 3 e 32 respostas no nível 2, ficando assim, localizada no quadrante I do gráfico, indicando ser de extrema importância, porém, não possui o investimento necessário.

GRÁFICO 21 – POLICIAMENTO PARA GARANTIR SEGURANÇA PÚBLICA ADEQUADA



FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 19 teve como objetivo, identificar se há um controle referente aos acidentes de trânsito na cidade. Com 78 respostas de nível 5, este indicador foi identificado com de extrema importância para a sociedade.

Entretanto, com 49 respostas no nível 3 e 24 no nível 2, ele mostrou que não exerce sua função como deveria, se localizando no quadrante I do gráfico, indicando sua importância e a falta de investimento no mesmo.

GRÁFICO 22 – CONTROLE DE ACIDENTES DE TRÂNSITO NA CIDADE



FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 20, teve por objetivo identificar se há ou não a existência de delegacia de proteção a mulher e a criança. Podemos verificar que esse índice é de extrema importância para a sociedade, obtendo 89 respostas no nível 5, entretanto podemos notar que a realidade não corresponde as necessidades. O indicador foi avaliado com baixo desempenho obtendo 48 respostas no nível 3, se localizando assim no quadrante I do gráfico, indicando sua importância e a falta de investimento no mesmo.

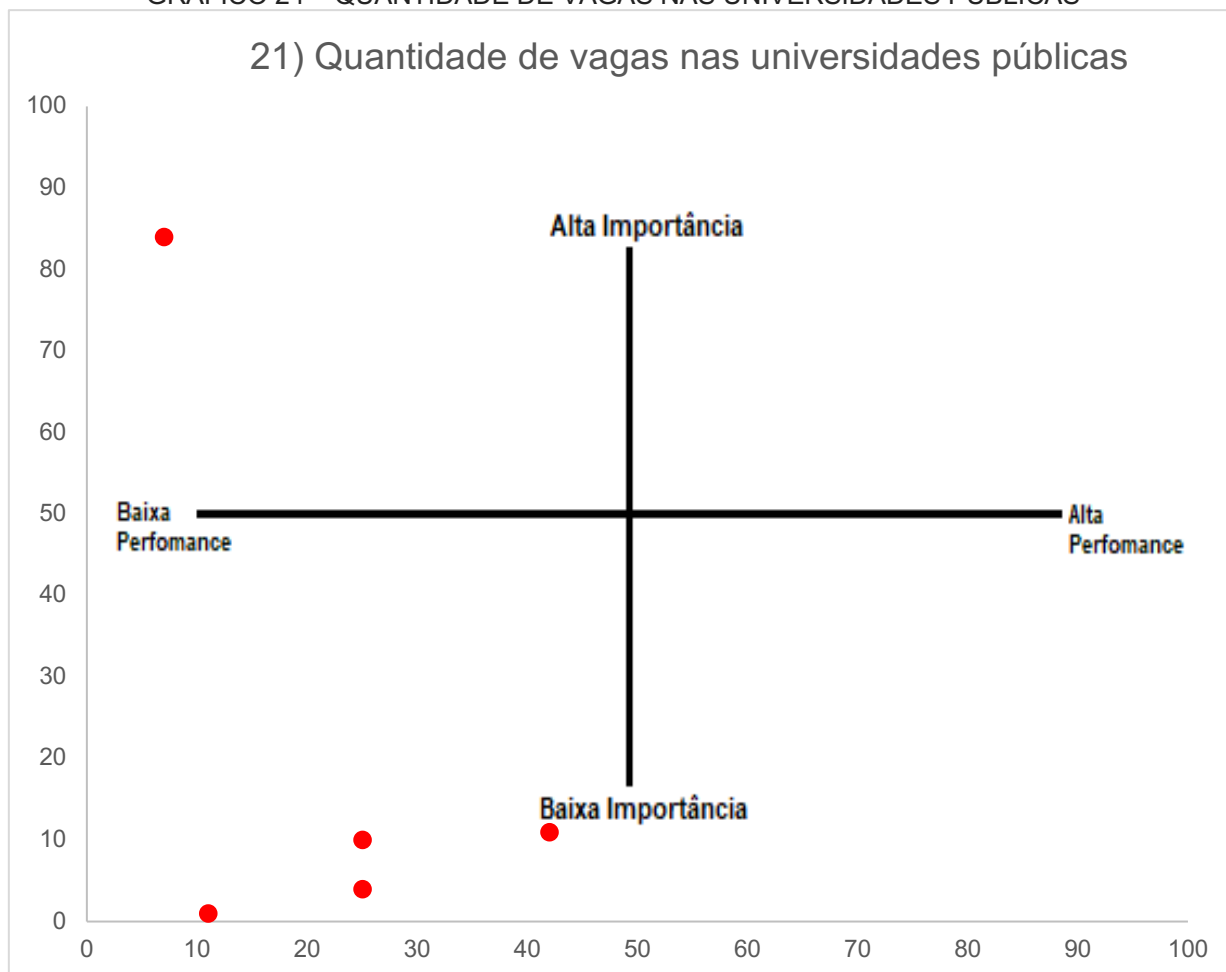
GRÁFICO 23 – EXISTÊNCIA DE DELEGACIA DE PROTEÇÃO À MULHER E À CRIANÇA



FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 21 teve o objetivo de identificar se a quantidade de vagas, disponíveis em universidades públicas, são suficientes para atender a demanda da população. Com 84 respostas no nível 5, esse indicador se mostrou de extrema importância para a sociedade, como ilustra o gráfico, entretanto, com 42 respostas no nível 3 e 25 respostas no nível 2 este indicador foi identificado com um péssimo funcionamento para a população, identificando que a quantidade de vagas, em universidades públicas, não atende à demanda da população.

GRÁFICO 24 – QUANTIDADE DE VAGAS NAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS



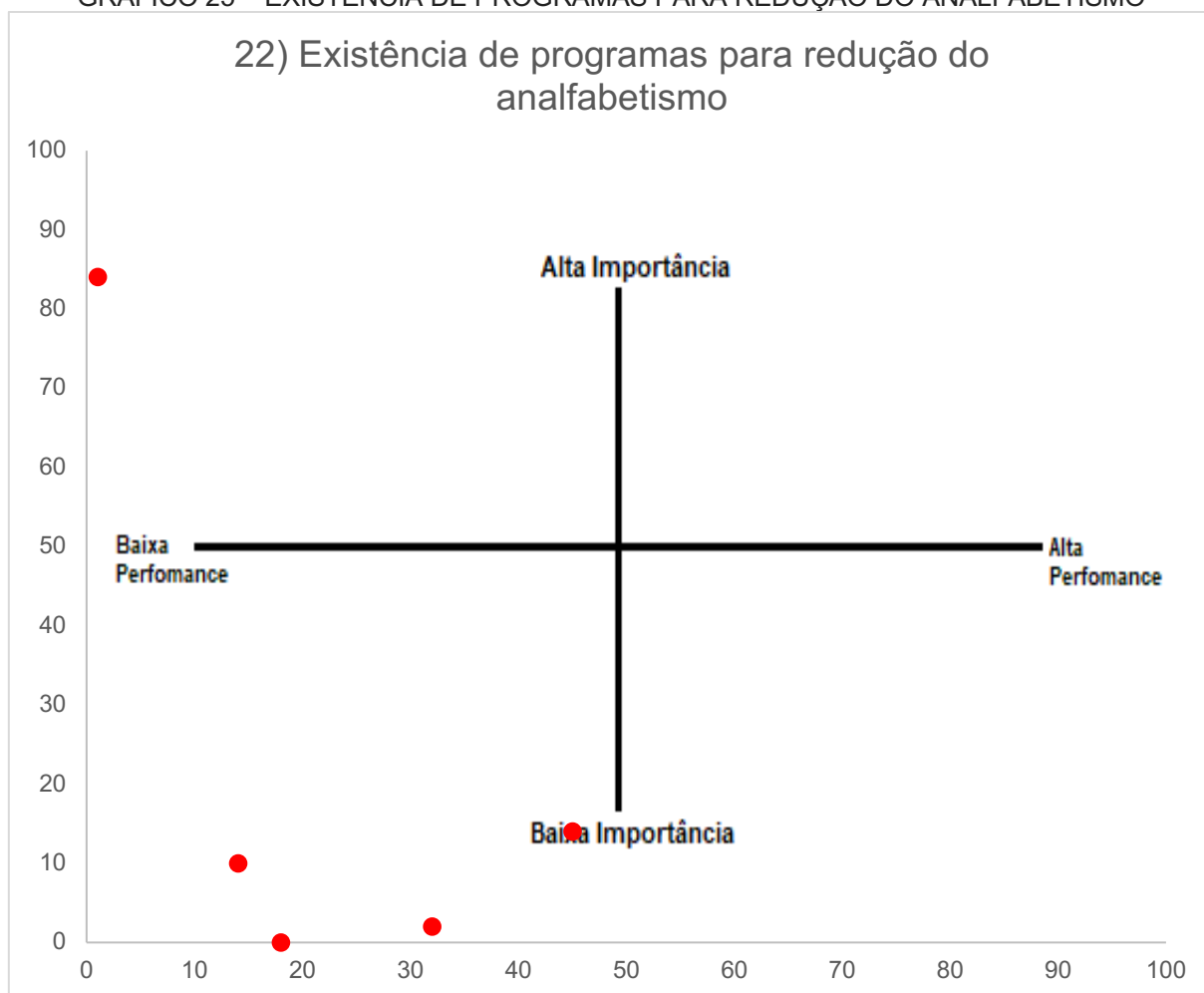
FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 22, teve por objetivo verificar a existência de programas para redução do analfabetismo na cidade, este indicador se mostrou de extrema importância para a comunidade, obtendo 84 respostas de nível 5.

Entretanto, os moradores avaliaram ele com um péssimo funcionamento obtendo 45 respostas no nível 3 e 32 respostas no nível 2, ele está localizado no quadrante I indicando sua importância, porém não possui investimento necessário, para seu desenvolvimento.

Esse indicador, infelizmente, se encontra com um grande déficit, segundo a revista Gazeta do Povo (2019), a taxa de analfabetismo entre 2017 e 2018 aumentou em 5%, em comparação a outros estados.

GRÁFICO 25 – EXISTÊNCIA DE PROGRAMAS PARA REDUÇÃO DO ANALFABETISMO



FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 23, teve por objetivo identificar a existência, ou não, de empresas de tecnologia, na cidade de Curitiba, o índice foi avaliado pelos moradores como de extrema importância obtendo 73 respostas no nível 5.

Os moradores avaliaram ele como insuficiente, obtendo 38 respostas no nível 3, indicando um funcionamento com baixo desempenho e falta de investimento no mesmo. Ele está localizado no quadrante I do gráfico, mostrando que esse indicador é de grande importância, mas infelizmente não possui o investimento ou atenção necessária.

GRÁFICO 26 – EXISTÊNCIA DE EMPRESAS DE TECNOLOGIA



FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 24, teve como objetivo identificar a existência de incubadores empresariais e polos tecnológicos para incentivar o empreendedorismo. Este indicador foi classificado como extremamente importante obtendo 69 respostas de nível 5.

Contudo, a comunidade avaliou o indicador com o funcionamento horrível, obtendo 38 respostas no nível 2 e 36 respostas no nível 3, se mostrando com um desempenho de péssima qualidade, ficando localizado no quadrante I do gráfico, sinalizando sua existência e também a falta de investimento ou incentivo nessa área.

GRÁFICO 27 – EXISTÊNCIA DE INCUBADORAS EMPRESARIAIS E POLOS TECNOLÓGICOS PARA INCENTIVAR O EMPREENDEDORISMO



FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 25, teve como objetivo identificar a existência de orçamento participativo municipal, o índice se mostrou de extrema importância para a comunidade, obtendo 67 respostas de nível 5.

Porém, a comunidade avaliou ele com um péssimo funcionamento, com 49 respostas nível 3 e 32 respostas no nível 2, o índice de mostrou com um péssimo funcionamento e a sua inexistência de investimento, ele ficou localizado no quadrante I do gráfico, indicando sua importância e também a falta de incentivo para o seu desenvolvimento.

GRÁFICO 28 – EXISTÊNCIA DE ORÇAMENTO PARTICIPATIVO MUNICIPAL

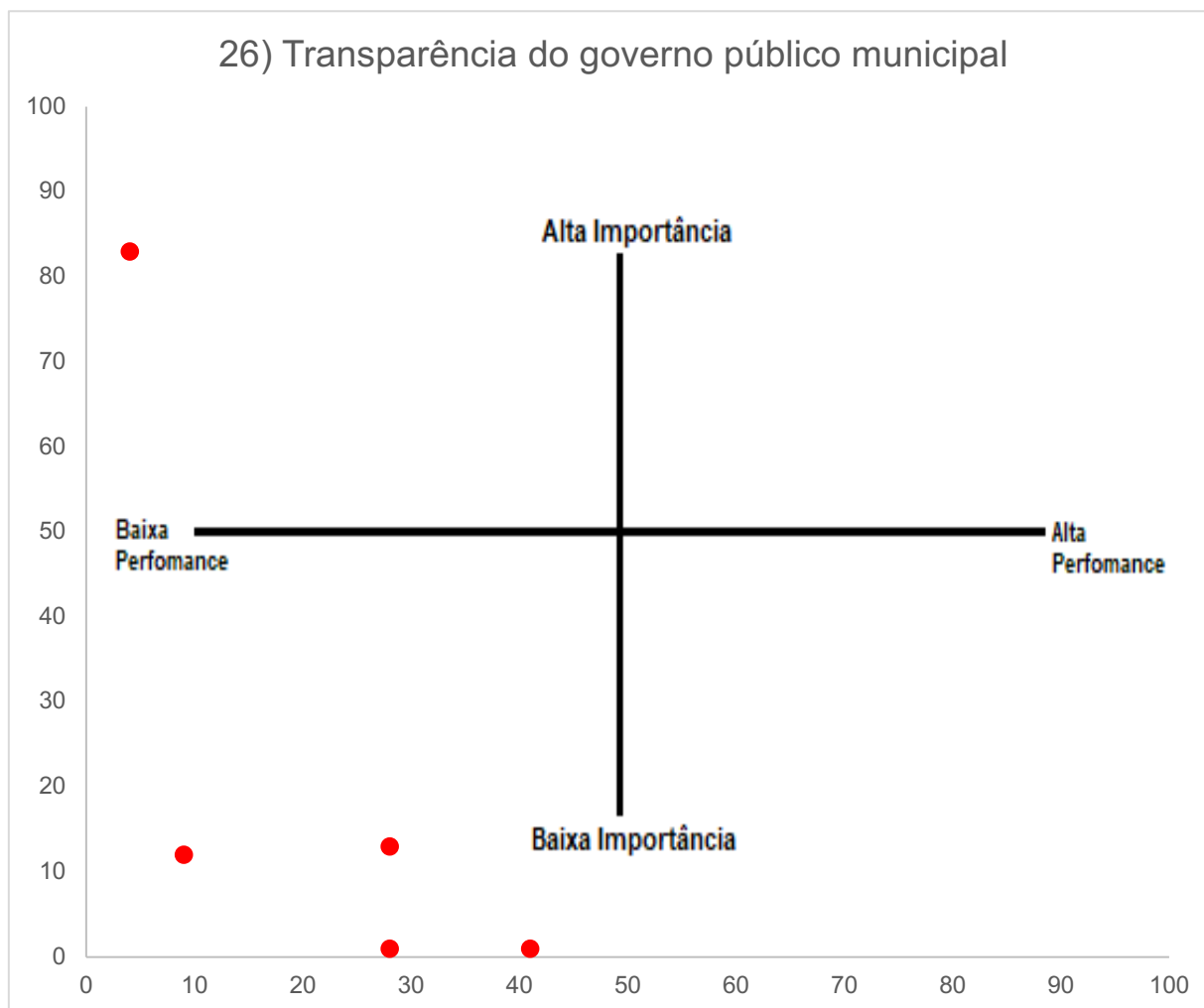


Fonte: elaboração própria (2019).

A questão 26, teve como objetivo identificar se há uma transparência do governo público municipal, este indicador se mostrou de extrema importância para a comunidade, obtendo 83 respostas no nível 5.

Com 41 respostas no nível 2 e 28 respostas no nível 1, este índice se mostrou com um péssimo funcionamento e quase inexistente, ele está localizado no quadrante I do gráfico, identificando sua importância para a comunidade, entretanto não se é dado a devida importância para este indicador.

GRÁFICO 29 – TRANSPARÊNCIA DO GOVERNO PÚBLICO MUNICIPAL

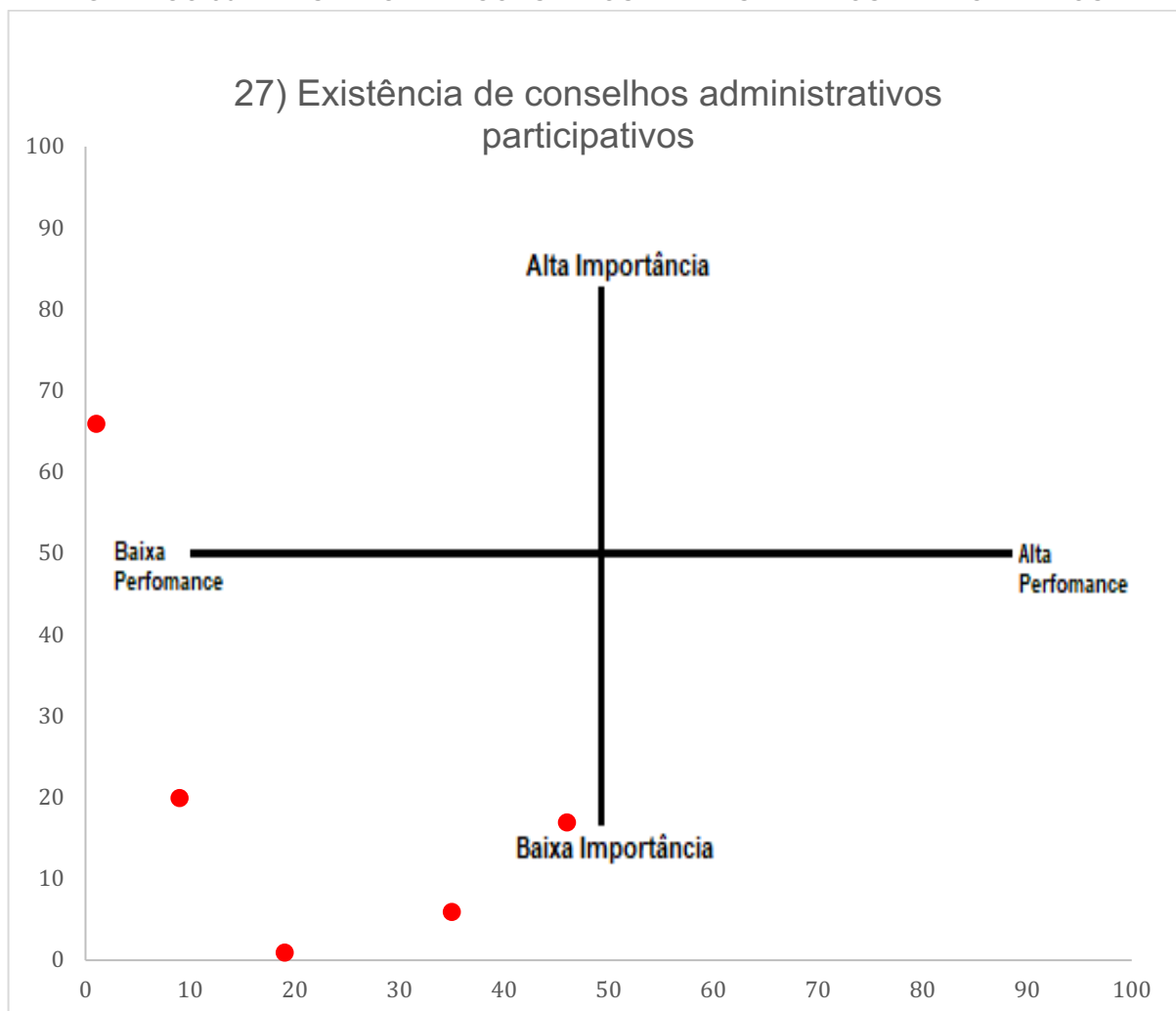


FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 27, teve como objetivo identificar a existência de conselhos administrativos participativos, este indicador se mostrou de extrema importância para a comunidade, obtendo 66 respostas de nível 5.

Porém este índice se mostrou de grande ineficiência, na percepção do residente, obtendo 46 respostas no nível 3 e 35 respostas no nível 2, ficando assim localizado no quadrante I do gráfico, identificando sua importância, mas que não possui a atenção necessária para seu desenvolvimento e crescimento, não é tratado como importante.

GRÁFICO 30 – EXISTÊNCIA DE CONSELHOS ADMINISTRATIVOS PARTICIPATIVOS



FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 28, teve como objetivo identificar a existência de vagas de emprego na cidade, este índice se mostrou de extrema importância para a comunidade, obtendo 91 respostas de nível 5.

Contudo a realidade se mostrou diferente do ideal, com 51 respostas no nível 3 e 27 respostas no nível 2 esse índice se mostrou ineficiente, ele ficou localizado no quadrante I do gráfico, mostrando que ele é de extrema importância para a comunidade para não possui a atenção necessária para que se tenha investimento para melhorar sua situação.

GRÁFICO 31 – EXISTÊNCIA DE VAGAS DE EMPREGO NA CIDADE



A questão 29, teve como objetivo identificar se há o crescimento de empresas na cidade, uma vez que a presença de mais empresas localizadas aos redores da cidade, ou até mesmo na cidade, incentivam a rotatividade de empregos e da economia local. Este indicador se mostrou de extrema importância para a comunidade, com 70 respostas no nível 5.

Porém, segundo os moradores, esse índice se encontra com um desempenho e funcionalidade baixa, ficando assim localizado no quadrante I do gráfico, que indica sua importância, para o desenvolvimento e crescimento da comunidade, mas que não possui o investimento necessário para seu crescimento.

GRÁFICO 32 – CRESCIMENTO DA PRESENÇA DE EMPRESAS NA CIDADE



FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 30, teve como objetivo identificar se há um aumento da renda média do trabalhador, esse índice se mostrou de extrema importância para a comunidade, obtendo 78 respostas de nível 5.

Contudo a realidade se mostra que o investimento para melhorar a renda do trabalhador é quase inexistente, obtendo 38 respostas no nível 2 e 31 respostas no nível 1, ficando assim localizada no quadrante I do gráfico, que representa a importância do indicador, mas que não possuía atenção ou investimento necessário, para o crescimento e desenvolvimento da comunidade local.

GRÁFICO 33 – AUMENTO DA RENDA MÉDIA DO TRABALHADOR

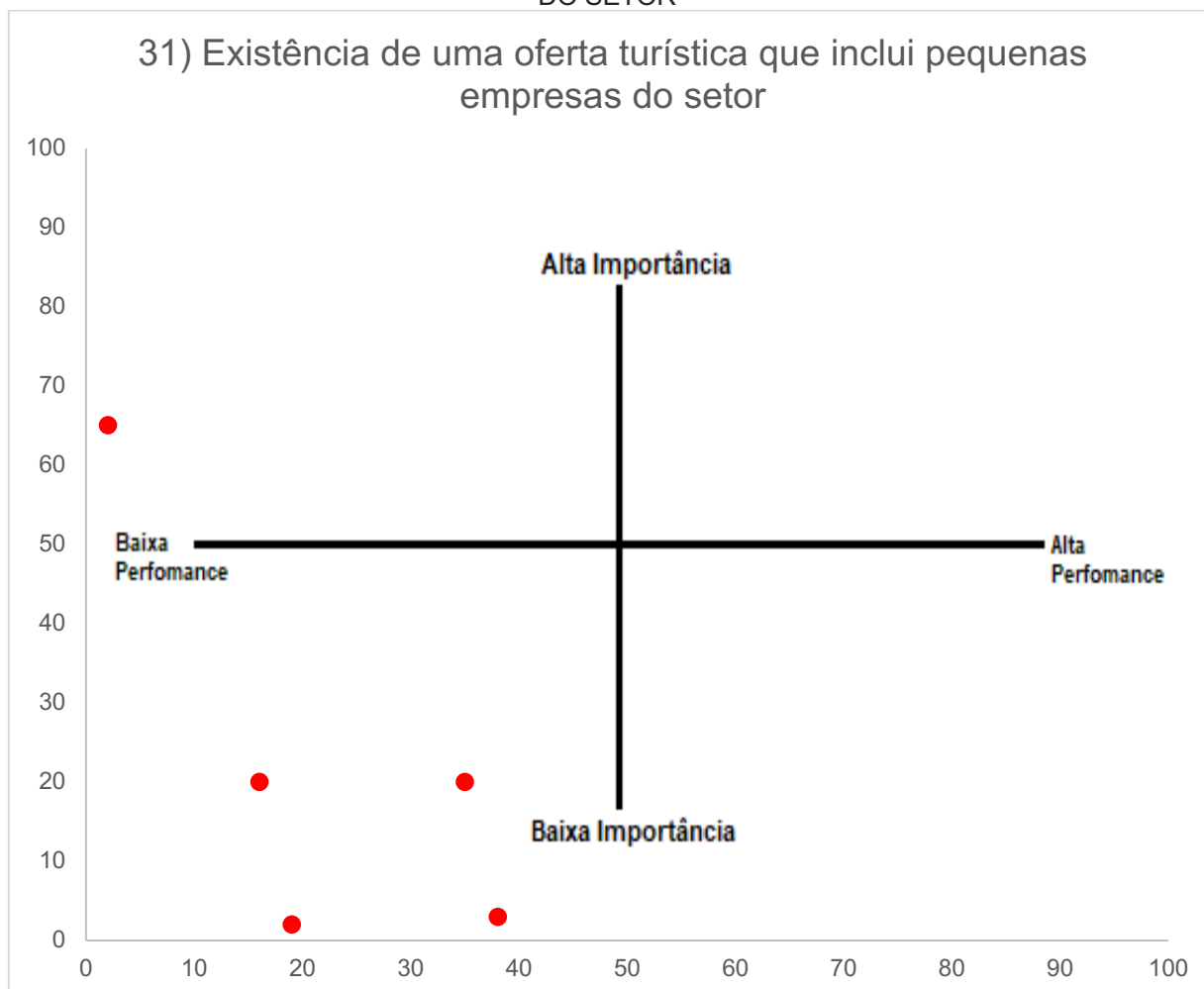


FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 31 teve como objetivo, identificar a existência de uma oferta turística que inclui pequenas empresas do setor, este índice se mostrou de extrema importância para a comunidade com 65 respostas no nível 5.

No entanto a realidade dele é completamente insatisfatória e quase inexistente, com 38 respostas no nível 2 e 35 respostas no nível 3, ele ficou localizado no quadrante I do gráfico, mostrando sua importância para a sociedade, mas que não possui a atenção devida para seu desenvolvimento e crescimento.

GRÁFICO 34 – EXISTÊNCIA DE UMA OFERTA TURÍSTICA QUE INCLUI PEQUENAS EMPRESAS DO SETOR

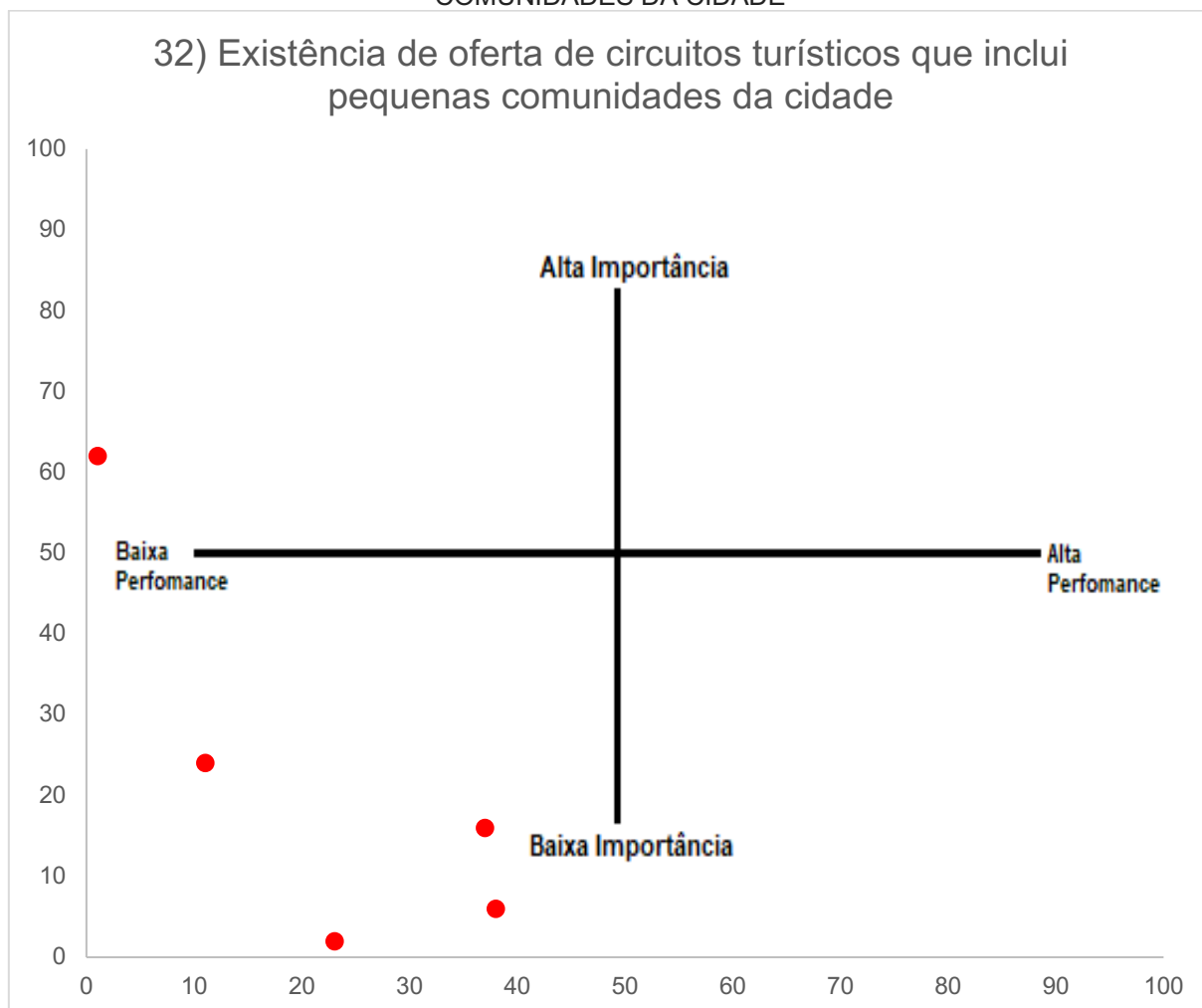


FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 32 teve como objetivo, identificar a existência de oferta de circuitos turísticos que inclui pequenas comunidades da cidade, como uma forma de incentivo de turismo pela cidade. Esse índice se mostrou de importância para a comunidade com 62 respostas de nível 5.

A realidade, entretanto, esse índice se mostrou insatisfatório obtendo 38 respostas no nível 2 e 37 respostas no nível 3, fazendo assim com que ele fique localizado no quadrante I do gráfico, indicando que ele é de grande importância, porém não se tem a atenção e investimento necessário para seu desenvolvimento.

GRÁFICO 35 – EXISTÊNCIA DE OFERTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS QUE INCLUI PEQUENAS COMUNIDADES DA CIDADE



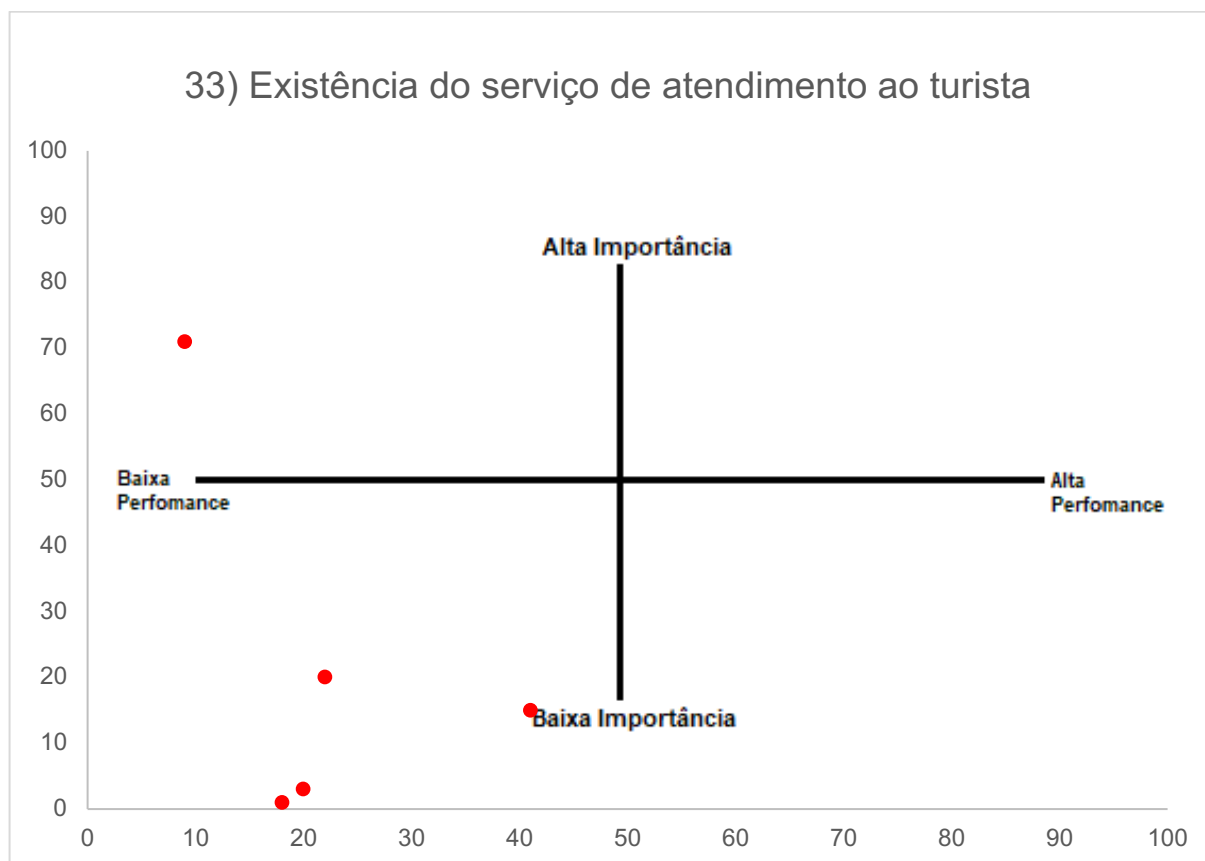
FONTE: elaboração própria (2019).

A questão 33 teve como objetivo, identificar a existência de um serviço de atendimento ao turista, atualmente o serviço desse estilo é disponibilizado pelos Postos de Informações Turísticas (PIT), que são organizados pelo Instituto Municipal de Turismo (IMT).

Nos postos podemos encontrar informações de hotelaria e dos atrativos turísticos da cidade, assim como também informações sobre eventos e festas que ocorrem na cidade.

Esse índice se mostrou de extrema importância para a comunidade com 71 respostas no nível 5. A realidade, contudo, mostrou que a atenção ao desenvolvimento e investimento desse indicador é insatisfatória e ineficiente, obtendo 41 respostas de nível 3.

GRÁFICO 36 – EXISTÊNCIA DO SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO TURISTA



FONTE: elaboração própria (2019).

Tendo como base as respostas dos moradores, conseguimos analisar também quais foram os indicadores que tiveram um bom desempenho e quais tiveram um péssimo desempenho, segundo os moradores.

As três questões que obtiveram o maior número de respostas indicando o pior desempenho possível foram: em primeiro lugar está a questão de número 13, que aborda a questão de acesso à internet, através de Wi-Fi, em locais públicos, ela obteve um total de 58 respostas, indicando um péssimo desempenho e falta de investimentos neste indicador.

Em segundo lugar está a questão de número 7, ela aborda a importância da existência de estações para tratamento de esgoto, ela obteve um total de 54 respostas, mostrando que esse indicador possui um desempenho péssimo e não possui investimento e atenção para melhorar sua situação.

Em terceiro lugar está a questão de número 6, ela trata sobre a existência de leis municipais para zoneamento e uso do solo, ela obteve um total de 52 respostas,

indicando a sua falta de investimento para melhorar seu desempenho que se encontra em péssimas condições.

A únicas questões que obtiveram um nível bom, mas não excelente de desempenho, foram apenas duas. A primeira questão que mostrou um bom desempenho foi a questão 4, ela aborda a existência de voos para Curitiba obtendo 43 respostas, esse indicador se mostrou com um bom desempenho, mas ainda assim precisa ser melhorado.

A segunda questão que mostrou um nível bom de desempenho foi a questão 2, ela aborda sobre a existência de ônibus em quantidade circulando para o transporte público, esse indicador obteve um total de 42 respostas, indicando que a quantidade de ônibus circulando possui um bom desempenho, porém precisa de melhorias para atender a demanda da cidade.

5. PROJETO DE TURISMO

Neste capítulo será apresentado o Projeto de Turismo, definido como “Avaliando sua Cidade”. A ideia deste projeto foi desenvolvida pela autora, através da análise dos resultados e o objetivo de sua pesquisa, o “Avaliando sua Cidade” será apresentado através de infográficos, mostrando os dados coletados da pesquisa aplicada pela empresa de consultoria Analysis.

A empresa tem como objetivo prestar serviços a aqueles que tiverem interesse em análise de mercado, assim como compreender o seu consumidor. A Analysis visa conseguir identificar problemáticas, através do morador da cidade e propor soluções através dos resultados e pesquisas efetuadas para sanar a problemática.

Este projeto é o resultado do objetivo principal desta pesquisa que foi analisar a percepção do residente sobre a cidade de Curitiba ser uma Smart City. A temática desse projeto é representada pelo “Avaliando sua Cidade”, que consiste em ser uma pesquisa de percepção do residente, para expor os dados coletados mostrando, neste caso, como uma Smart City é idealizada e qual é a realidade dos moradores, onde os resultados serão mostrados através de infográficos.

5.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para uma cidade ser considerada Smart City, ele necessita de destaque nas 11 áreas envolvidas na classificação de uma Smart City, definido pelo Ranking Connected Smart Cities, são elas: Mobilidade, Urbanismo, Meio Ambiente, Energia, Tecnologia e Inovação, Economia, Educação, Saúde, Segurança, Empreendedorismo e Governança.

A pesquisa de percepção será desenvolvida com o objetivo de entender o cidadão de como ele enxerga sua cidade, e posteriormente analisar as respostas entre a importância do desenvolvimento das áreas envolvidas, para uma Smart City, e qual a realidade das áreas na visão do cidadão.

O público a ser direcionada a pesquisa, serão os órgãos e institutos estaduais e municipais, para assim eles compreenderem, quais indicadores e áreas precisam

de investimento e desenvolvimento apropriado, para assim a cidade crescer e evoluir, social e economicamente.

A pesquisa será realizada na cidade e região metropolitana, absorvendo assim informações da população que transitam pela cidade, pessoas que utilizam de meios diferentes para se locomover, se alimentar, estudar, viajar, para assim conseguir obter números que realmente representam a realidade da população residente.

A ideia de se realizar uma pesquisa voltada para a percepção do residente da cidade onde vive é entender. A cidade de Curitiba obtém premiações, em diversas áreas, principalmente em urbanismo e inovação, possui também a colocação de 1º lugar no Ranking Connected Smart Cities de 2018, mas muito do que se é mostrado e dito como meio de inovar e crescer, não se é visto pela população em geral.

A pesquisa foi realizada através da aplicação de um questionário *online*, elaborado a partir das áreas e indicadores, pontuados pelo Ranking, para uma cidade se ter como destaques para ser considerada Smart.

5.2 ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO

Neste capítulo será mostrado como o projeto foi desenvolvido, realizado e concluído.

5.2.1 DESCRIÇÃO DAS ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO

Primeira etapa deste projeto foi iniciada com a formulação do questionário, aplicado com os residentes da cidade de Curitiba. Esta etapa foi realizada pela autora, onde foi efetuada uma análise dos indicadores do Ranking Connected Smart Cities, adaptando-os para a realidade da cidade de Curitiba.

O questionário começou a ser formulado entre os meses de maio e junho de 2019. Para a elaboração de um questionário coerente, observou-se os indicadores do Ranking que mais se encaixavam para a cidade de Curitiba, formulando assim as perguntas, adaptando para a realidade dos moradores da cidade de Curitiba e região metropolitana. Utilizando esse filtro se obteve 33 perguntas abordando as 11 áreas necessárias para uma cidade ser Smart, segundo o Ranking.

A segunda etapa do projeto pode ser indicada pela realização do pré-teste do questionário, que ocorreu entre os dias 15 e 16 de julho de 2019, com 3 moradores da cidade de Curitiba, verificando se o questionário elaborado estava coerente e de fácil interpretação.

Após a realização do pré-teste, o questionário teve 3 alterações para melhor entendimento da população, em 22 de julho de 2019 ele foi encaminhado para moradores de Curitiba e região metropolitana, através das plataformas de comunicação Facebook, Whatsapp e Instagram.

A terceira etapa do projeto foi a aplicação do questionário em si, como descrito a cima e foi encaminhado para moradores da cidade de Curitiba e região metropolitana, através de plataformas de comunicação, para assim conseguir ter o máximo de respostas possíveis.

A quarta etapa desse projeto foi concretizada após o encerramento do questionário, onde se inicia a análise dos dados feita pela turismóloga. Nesta etapa se faz necessário o auxílio do profissional de análise de sistemas, para ajudar a rodar os dados no sistema necessário, para gerar os gráficos a ser apresentados nos infográficos. O gráfico gerado, é conhecido como matriz IPA, onde os resultados são separados e 4 quadrantes mostrando assim, quais indicadores ou ares necessitam de atenção, investimento e melhorias.

A quinta etapa do projeto será a elaboração dos infográficos com os gráficos gerados, esta parte será realizada com o auxílio de um profissional de design, ele irá ajudar na montagem visual e disposição dos resultados nos infográficos, para sua apresentação para os fornecedores.

A sexta etapa será caracterizada pela divulgação da pesquisa de percepção do residente, “Avaliando sua Cidade”, ela será feita para os órgãos e instituições, com ligação ao turismo e gestão de desenvolvimento de uma localidade, eles influenciam na rotatividade econômica da cidade e turística, assim como na divulgação de dados sociais e econômicos.

Entre eles se encontram o Ministério do Turismo (MT), o Instituto Municipal de Turismo (IMT), Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo), *Convention & Visitors Bureau* (CCVB), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES).

QUADRO 7 – CRONOGRAMA

| Atividade/Mês | Mai | Jun | Jul | Ago | Set | Out | Nov |
|-----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Elaboração do questionário | X | X | | | | | |
| Pré-teste do questionário | | | X | | | | |
| Aplicação do questionário | | | X | X | X | X | |
| Análise dos dados | | | | | | X | |
| Elaboração dos Infográficos | | | | | | | X |
| Divulgação | | | | | | | X |

FONTE: elaboração própria (2019).

Logo abaixo seguem as imagens ilustrativas do relatório de pesquisa:
Avaliando sua Cidade.

FIGURA 5 – CAPA

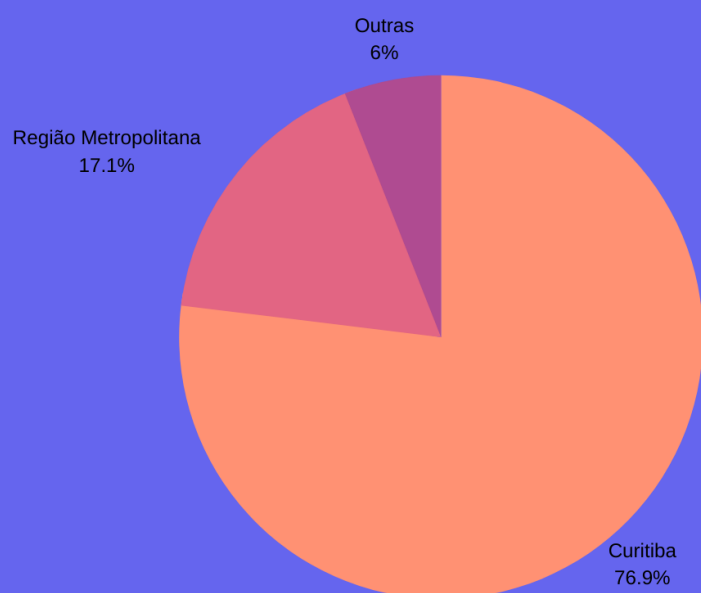


FONTE: elaboração própria (2019).

FIGURA 6 – INTRODUÇÃO 1

A Analysis é uma empresa voltada para pesquisas, que tem por objetivo analisar a cidade em questão através da percepção do morador.

A pesquisa obteve 117 respostas 76.92% dos respondentes moram em Curitiba 17.09% dos respondentes moram na região metropolitana 5.98% dos respondentes reside em outra cidade

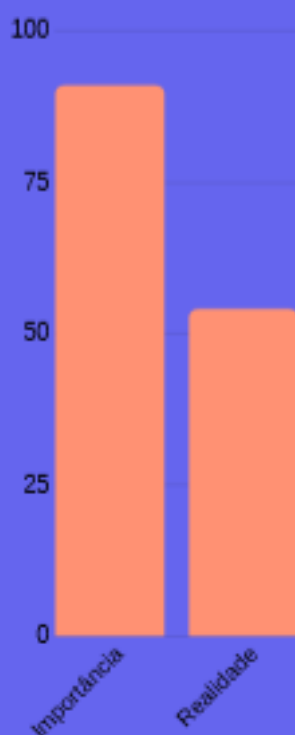


FONTE: elaboração própria (2019).

FIGURA 7 – INTRODUÇÃO 2

Foi possível analisar quais indicadores a cidade possui em bom desempenho e os que possuem um péssimo desempenho

Pode-se verificar que alguns indicadores não possui o desempenho necessário, um desses indicadores foi a existência de estações para tratamento de esgoto, com 54 respostas o indicador se mostrou ineficiente, segundo a visão do morador, porém é um indicador de grande importância para comunidade.



FONTE: elaboração própria (2019).

FIGURA 8 – INFOGRÁFICO 1



FONTE: elaboração própria (2019).

5.2.2 DESCRIÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS ENVOLVIDOS EM CADA ETAPA

As três primeiras etapas do desenvolvimento do projeto serão realizadas pela criadora do projeto, o questionário será montado a partir da análise do *Ranking Connected Smart Cities*, que disponibiliza os indicadores gratuitamente para a população. Será utilizado a plataforma do Google Forms, para a distribuição do questionário online.

A quarta etapa do projeto será desenvolvida pelo profissional de Análise em Sistemas, juntamente com a criadora do projeto, para auxiliar na interpretação e análise dos dados. O analista de sistemas irá rodar os dados coletados, através do Excel ou do SPSS, para a criação dos gráficos utilizados para apresentação e análise dos dados coletados.

A quinta etapa do projeto irá ser desenvolvida pelo designer gráfico, que irá elaborar os infográficos contendo os dados adquiridos da pesquisa.

A sexta etapa do projeto será a impressão dos infográficos para sua apresentação aos parceiros e investidores, onde será necessário também escolher o local mais adequado para sua impressão.

A sétima etapa do projeto será a divulgação do produto, realizada pela autora do projeto para instituições governamentais, municipais, estaduais ou privadas como o Ministério do Turismo (MT), o Instituto Municipal de Turismo (IMT), Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo), *Convention & Visitors Bureau* (CCVB), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES).

5.2.3 DESCRIÇÃO DO ORÇAMENTO E DOS DESEMBOLSOS POR ETAPA

A primeira etapa do projeto foi caracterizada pelo desenvolvimento do questionário, que foi desenvolvido pela autora, tendo como base o *Ranking Connected Smart Cities*, este que disponibiliza os indicadores deles gratuitamente para a população. O custo desta etapa será de R\$ 1.464,48, que é o piso salarial de um Turismólogo hoje no mercado.

A segunda etapa foi caracterizada pela aplicação do pré-teste do questionário, ele foi realizado em um dia, gerando um custo total de R\$ 35,00 pela aplicação.

A terceira etapa do projeto foi realizada a aplicação do questionário, desenvolvido pela autora, a aplicação teve um custo de R\$ 35,00 por dia de aplicação do questionário, o questionário foi aplicado durante 74 dias gerando assim um total de R\$ 2.590,00 pela aplicação do mesmo.

A quarta etapa do projeto foi desenvolvida pelo analista de sistemas, juntamente com a autora para auxiliar na interpretação e análise dos dados. O analista de sistemas irá rodar os dados coletados, através do Excel ou do SPSS, para a criação dos gráficos utilizados para apresentação e análise dos dados coletados. O custo gerado nesta etapa será de R\$ 3.858,03, que é o piso salarial de um analista de sistemas, o qual se faz necessário para rodar os dados e gerar os gráficos de análise para a pesquisa.

A quinta etapa do projeto irá ser desenvolvida pelo designer gráfico, que irá elaborar os infográficos contendo os dados adquiridos da pesquisa, os serviços prestados por ele terão um custo de 1.430,98, segundo o piso salarial deste profissional.

A sexta etapa do projeto será a impressão dos infográficos para sua apresentação aos parceiros e investidores, ela terá um custo de R\$ 60,00, podendo ser maior ou menor o valor dependendo do local selecionado para a sua impressão.

A sétima etapa do projeto não irá gerar gastos, pois a divulgação será feita através de palestras, reuniões e eventos sociais.

QUADRO 8 – GASTOS

| Atividade/Função | Profissional | Custo | Total |
|---------------------------------|----------------------|--------------|--------------|
| Desenvolvimento do questionário | Turismólogo | R\$ 3.000,00 | |
| Aplicação do pré-teste | Turismólogo | R\$ 35,00 | |
| Aplicação do questionário | Turismólogo | R\$ 2.590,00 | |
| Análise dos dados | Analista de Sistemas | R\$ 2.300,00 | |
| Infográfico | Designer Gráfico | R\$ 1.430,98 | |
| Impressão (opcional) | Turismólogo | R\$ 60,00 | |
| Divulgação | Turismólogo | - | R\$ 9.465,98 |

FONTE: elaboração própria (2019).

5.2.4 AVALIAÇÃO DO RETORNO DO INVESTIMENTO

O retorno financeiro do projeto irá provir do investimento das instituições governamentais e estatais, que tenham objetivo trabalhar em cima dos resultados adquiridos na pesquisa, visando melhorar seu funcionamento da cidade, através da captação de investimento (patrocínios), através do turista e eventos que ocorrem na cidade.

Através dos resultados gerados pela pesquisa e com a identificação da problemáticas foram construídos os infográficos, onde os gestores das cidades poderão ter uma visão macro de todos os setores, verificando assim quais deles realmente precisam de melhorias e quais eles podem manter o funcionamento, para assim não perder a imagem de Smart City já implementada na cidade.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como mencionado no primeiro capítulo deste trabalho, as cidades vêm apresentando um desenvolvimento constante e a partir da revolução industrial, fez com que as cidades tivessem um momento de explosão de investimento e desenvolvimento de novas tecnologias (AGUIAR 2017; GÓMMEZ, 2016; PINTO, 2017).

Na década de 90 o conceito Smart surgiu e apenas nos anos 2000 foi que ele começou a ganhar destaque e reconhecimento, juntamente com o conceito de Smart City que ganhou espaço não só no mercado, mas ganhou destaque também nos âmbitos acadêmicos e científicos, estando presente em trabalhos de autores como Buhalis (1998), Buhalis e Licata (2002), Buhalis (2003), Buhalis (2004), Buhalis e O'conner (2005), Giffinger e Gudrun (2010), Buhalis e Law (2008) e muitos mais.

Atualmente o conceito vem sendo ainda mais utilizado, não apenas para pesquisas ou trabalhos acadêmicos, muitas cidades vêm se apropriando deste conceito para atrair demanda turística e movimentação na economia local, além de proporcionar um desenvolvimento melhor para a cidade e poder proporcionar uma qualidade de vida para seus moradores.

Em 2018, Curitiba foi classificada como a cidade mais inteligente do país, pelo Ranking Connected Smart Cities. Em março deste ano, no Smart City Expo Curitiba 2019, o prefeito da cidade, Rafael Greca, assinou a entrada de Curitiba para a lista de cidades que fazem parte do Mastercard City Possible, que é um programa de compartilhamento de projetos de diferentes cidades em uma plataforma online, que podem ser acessados pelas prefeituras como forma de aprendizado (GAZETA, 2019). Este projeto foi desenvolvido pela Universidade de Harvard onde especialistas em Smart Cities e parcerias público-privadas reúnem grandes centros urbanos em uma rede colaborativa global para um futuro sustentável, inclusivo e eficiente (GAZETA, 2019).

A estruturação de uma Smart City vai além da tecnologia, requer a administração e gestão de infraestruturas de boa qualidade para melhorar a qualidade de vida da sociedade, não apenas se desenvolver tecnologicamente (GIFFINGER; GUDRUN, 2010; KHOMSI; BÉDARD, 2016), buscando um desenvolvimento educacional, econômico, ambiental e urbano.

Nesse sentido, uma Smart City pode ser definida como uma localidade desenvolvida a partir da união de uma governança responsável e cidadãos conscientes, a cidade para ser considerada Smart deve ter desenvolvimento em pelo menos seis setores: economia inteligente; pessoas inteligentes; governança inteligente; mobilidade inteligente; ambiente inteligente e; vida inteligente (GIFFINGER et al 2007; BUHALIS, 1998; BUHALIS; LICATA, 2002; BUHALIS, 2003; BUHALIS, 2004; BUHALIS; O'CONNER, 2005; BUHALIS; LAW 2008; BUHALIS; AMARANGANA, 2014; SANTOS; SOUZA NETO; PEREIRA; GÂNDARA, SILVA, 2016).

Os setores e indicadores necessários para uma cidade ser Smart não envolve apenas a comunidade, ela é o ponto principal mas a partir deste conceito muitas cidades se atribuem o conceito de *Smart Destination*, ela pode ser definida como um destino que possui infraestrutura e serviços altamente tecnológicos e desenvolvidos, que proporciona uma experiência excepcional para o visitante, além de obter serviços integrados à tecnologia (GOMES; GÂNDARA; IVARS-BAIDAL, 2017; KHAN; WOO; NAM; CHATHOTH, 2017; KHAMSI; BEDÁRD, 2016; VARGAS-SÁNCHEZ, 2016; SANTOS; GÂNDARA, 2019; MENDES-FILHO; ALMEIDA-GARCÍA; MANUEL-SIMÕES, 2017; SANTILLÁN-NÚÑEZ; SCHMIDT-CORNEJO; VELARDE-VALDEZ, 2016; AMARANGGANA; BUHALIS, 2014; GRETZEL; WERTHNER; KOO; LAMSFUS, 2015).

Segundo o Ranking Connected Smart Cities, a cidade para ser classificada, precisa ter desenvolvimento em 11 setores da nossa sociedade, são eles: mobilidade, urbanismo, meio ambiente, energia, tecnologia e inovação, economia, educação, saúde, segurança, empreendedorismo e governança (CONNECCTED, 2018).

A partir disso, os 11 setores são divididos em indicadores, onde o ranking possui um total de 70 indicadores, distribuídos nos 11 setores, e para a realização do questionário utilizou-se alguns desses indicadores, lembrando que os indicadores foram selecionados e adaptados conforme a realidade da cidade de Curitiba.

Abaixo serão apresentados os dados com os infográficos, proposto como objeto de estudo para assim facilitar a compreensão dos leitores.

FIGURA 9 – INFOGRÁFICO 2



FONTE: elaboração própria (2019).

FIGURA 10 – INFOGRÁFICO 3



FONTE: elaboração própria (2019).

FIGURA 11 – INFOGRÁFICO 4

AUMENTO DA RENDA MÉ DIA DO TRABALHADOR

Esse índice se mostrou de extrema importância para a comunidade, porém segundo a visão dos moradores, a realidade se mostra que o investimento para melhorar a renda do trabalhador é quase inexistente.



EXISTÊNCIA DE PROGRAMAS PARA REDUÇÃO DO ANALFABETISMO

Este indicador se mostrou de extrema importância para a comunidade, obtendo 84 respostas de nível 5. Entretanto, os moradores avaliaram ele com um péssimo funcionamento obtendo 45 respostas no nível 3.

ACESSO A INTERNET, POR MEIO DE WI-FI, NOS LOCAIS PÚBLICOS

Este indicador se mostrou de grande importância para a sociedade obtendo 52 respostas no nível 5., porém ele obteve 58 respostas no nível 1, informando que este indicador não funciona na realidade.



EXISTÊNCIA DE EMPRESAS DE TECNOLOGIA

O índice foi avaliado pelos moradores como de extrema importância obtendo 73 respostas no nível 5., mas os moradores avaliaram ele com um desempenho baixo, obtendo 38 respostas no nível 3, indicando também a falta de investimento no mesmo.

EXISTÊNCIA DE CONSELHOS ADMINISTRATIVOS PARTICIPATIVOS

Este indicador se mostrou de extrema importância para a comunidade, obtendo 66 respostas de nível 5, porém ele se mostrou de grande ineficiência, na percepção do residente, obtendo 46 respostas no nível 3 e 35 respostas no nível 2.



EXISTÊNCIA DO SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO TURISTA

Atualmente o serviço desse estilo é disponibilizado pelos Postos de Informações Turísticas (PIT). Esse indicador se mostrou de extrema importância para a comunidade com 71 respostas no nível 5. A realidade, contudo, mostrou que a atenção ao desenvolvimento e Investimento desse indicador é insatisfatória e ineficiente, obtendo 41 respostas de nível 3.

FONTE: elaboração própria (2019).

FIGURA 12 – INFOGRÁFICO 5



FONTE: elaboração própria (2019).

Através da análise dos resultados, podemos verificar que Curitiba não atende a grande maioria dos indicadores necessários para a classificação de uma cidade no Ranking, conforme a percepção do residente. Nos gráficos podemos identificar que os indicadores marcados como de grande importância para o desenvolvimento da cidade, foram identificados também como indicadores com péssimo desempenho e falta de investimentos para sua melhoria, atendendo assim as necessidades dos moradores da cidade.

Os indicadores que obtiveram destaque referente ao seu desempenho foram as questões de número 13, que aborda a questão de acesso à internet, através de Wi-Fi, em locais públicos, obtendo de 58 respostas no nível 1, indicando um péssimo desempenho e falta de investimentos neste indicador. E a questão de número 7, que aborda sobre a importância da existência de estações para tratamento de esgoto, obtendo 54 respostas, mostrando que o indicador possui um desempenho péssimo e não possui investimento e atenção para melhorar sua situação. E por último a questão de número 6, ela trata sobre a existência de leis municipais para zoneamento e uso do solo, ela obteve um total de 52 respostas, indicando a sua falta de investimento para melhorar seu desempenho que se encontra em péssimas condições.

7. REFERÊNCIAS

- AGHAEI, S.; NEMATBAKHSH, M. A.; FARSANI, H. K. Evolution of the World Wide Web: From Web 1.0 to Web 4.0 **International Journal of Web & Semantic Technology (IJWest)**. Vol.3, No.1, Jan 2012.
- ALLEN, E.; LIBERATO, D.; LIBERATO, P. Smart tourism destination triggers consumer experience: the case of Porto. **European Journal of Management and Business Economics**, Vol. 27 No. 1, pp. 6-25, 2018.
- ALVES, L. F. N.. **A Percepção de Qualidade da Experiência nos Atrativos Turísticos como Base Para a Construção da Atratividade do Destino Turístico Curitiba**. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Setor de Ciências Humanas. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017.
- ANDRADE, M. J.; PEREA-MEDINA, B.; ROSA-JIMÉNEZ, C. Cruise tourism in the Mediterranean port-city interface: new era of the waterfront, with benefits in a Smart Destination. **Cuadernos de Turismo**. n. 42, pp 397-419, 2018.
- AGUIAR, R. W. **O Espaço de Atuação do Gestor da Informação no Projeto de uma smart City: uma revisão sistêmica**. Dissertação (Bacharel em Gestão da Informação) - Setor de Ciências Sociais Aplicadas. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017.
- AGUIAR, H.; GANDARA, J. M.; SILVA, J. B. da; SOUZA, T. A. da. O Marketing Turístico como Instrumento de Produção e Transformação do Espaço de Curitiba e Região Metropolitana. **Tourism & Management Studies**. Full Papers; 306-318. 2011.
- AGUILAR-TORREBLANCA, R.; HERNÁNDEZ-LOBATO, L.; SOLIS-RADILLA, M. M. & PASTOR-DURÁN, H. T. Percepción del turista en Acapulco, de la movilidad inteligente del destino turístico. **Foro de Estudios sobre Guerrero**. v. 2, n. 3. 2016.
- ANJOS, E. S. dos; SOUZA, F. de P.; RAMOS, K. V. Novas tecnologias e turismo: um estudo do site Vai Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**. Vol. 6, N° 4. 2006.
- ARRUDA, E.; PIMENTA, D. Algumas reflexões sobre a Internet e as estratégias comunicativas no marketing em Turismo. **Caderno Virtual de Turismo**. Vol. 5, N° 4, 2005.
- BATISTA, J. de O.; CACHO, A. do N. B.; FILHO, L. M.; SOARES, A. L. Aplicativos Móveis e Turismo: Um Estudo Quantitativo Aplicando a Teoria do Comportamento Planejado. **Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, vol. 9, n.2, pp. 179-199, abr-jun, 2017.
- BÉDARD, F.; KHOMSI, M. R. From smart city to smart destination. The case of three Canadian cities. **ARA: Revista de Investigación en Turismo**, vol. 6, n. 2, pp. 69-74, 2016.

BENI, M. C. Política e estratégia do desenvolvimento regional: planejamento integrado e sustentável do turismo. **Revista Turismo em Análise**. v. 10 n. 1, 1999.

BERTELLI, J.; GRAEBIN, R. E.; MACKE, J.; MATTE, J.; RIZZON, F.. Smart City: Um Conceito em Construção. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade - RMS**, São Paulo, v. 7, n. 3, p. 123-142, Set./Dez., 2017.

BINFARÉ, P. W.; COSTA, S. P.; CASTRO, C. T.; SILVA, M. V.; GALVÃO, P. L. Planejamento turístico: aspectos teóricos e conceituais e suas relações com o conceito de turismo. **Revista de Turismo Contemporâneo –RTC**, Natal, v. 4, Ed. Especial, p. 24-40, abr. 2016.

BLANCO, J. **Livro Blanco de Los Destinos Turísticos Inteligentes**, Lid Editorial Empresarial. 2015.

BOES, K.; BUHALIS, D.; INVERSINI, A. Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions. In: TUSSYADIAH, I.; INVERSINI, A. **Information and Communication Technologies in Tourism 2015**. Lugano: Springer International Publishing Switzerland, 2015. p. 391-403. Disponível em: <http://www.academia.edu/10985742/Boes_K._Buhalis_D._and_Inversini_A._2015_Conceptualising_Smart_Tourism_Destination_Dimensions_in_Tussyadiah_I._and_Inversini_A._eds_ENTER_2015_Proceedings_Lugano_Springer-Verlag_Wien_ISBN_9783319143422_pp._391-404>. Acesso em: 22 MAI 2019.

BOLEY, B., CGEHEE, N., HAMMET, A.L. Importance-performance analysis (IPA) of sustainable tourism initiatives: The resident perspective. **Tourism Management**, 58, 66-77, 2017.

BUHALIS, D.; AMARANGGANA, A. Smart Tourism Destinations. **Information and Communication Technologies in Tourism**. 2014.

BUHALIS, D.; LAW, R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. **Tourism Management**. 2008.

BUHALIS, D. Strategic use of information technologies in the tourism industry. **Tourism Management**. 1998.

BUHALIS, D. eTourism: Information technology for strategic tourism management. **Pearson (Financial Times/Prentice-Hall)**. 2003.

BUHALIS, D. eAirlines: Strategic and tactical use of ICTS in the airline industry. **Information & Management**. 2004.

BUHALIS, D., LICATA, M. C. The future eTourism intermediaries. **Tourism Management**. pp. 207–220, 2002.

BUHALIS, D., O'CONNOR, P. Information communication technology—Revolutionising tourism. **Tourism Recreation Research**. 2005; 30(3), 7–16.

BUHALIS, D., ZOGE, M. **The strategic impact of the Internet on the tourism industry**. Information and communication technologies in tourism 2007. Rome, Italy, January 24–26, 2017.

BUHALIS, D.; HSU, A. Y. C.; KING, B.; WNAG, D. **Entrepreneurship in the Contemporary Tourism Ecosystem**: The Case of Incoming Tour Operators in Taiwan. Information and Communication Technologies in Tourism. Rome, Italy, Jan, 2017.

CALDEIRA, K.; DENCK, D.; MACHADO, C.; SARAIVA, A. Curitiba é vanguarda em projeto exclusivo da Mastercard para cidades inteligentes. **Gazeta do Povo**, Paraná. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/haus/inovacao/curitiba-e-vanguarda-em-projeto-exclusivo-da-mastercard-para-cidades-inteligentes/>>. Acesso em: 19 jun. 2019.

CANELA, J. A. P. A.; NAVARRO, M. B. Profile of the consumer who values responsible and smart tourism in the hotel industry. **ARA: Revista de Investigación en Turismo**. Vol 7, n1, pp 7-15, 2017.

CATHOTH, P. K.; NAM, Kichan; KHAN, M. S.; WOO, M. Smart City and Smart Tourism: A Case of Dubai. **Sustainability**, vol. 9, pp. 1 – 24 , dec 2017.

CELDRA-BERNABEU, M.A., MAZÓN-LÓPEZ, J.N., GINER-SÁNCHEZ, D. Open Data y turismo. Implicaciones para la gestión turística en ciudades y destinos turísticos inteligentes. **Investigaciones Turísticas** (15), pp. 49-78. 2018.

CELDRA-BERNABEU, M.A., MAZÓN-LÓPEZ, J.N., GINER-SÁNCHEZ, D., IVARS-BAIDAL, J.A. Big Data and Smart Tourism Destinations: Challenges and opportunities from an industry perspective. **En School of Hospitality and Tourism Management Conference** (University of Surrey, UK). 19-22 July. 2016.

CHANG, X.; MORRISON, A. M.; SHAO, J. How Can Big Data Support Smart Scenic Area Management? An Analysis of Travel Blogs on Huashan. **Sustainability**, vol. 9, pp. 1 – 17, dec 2017.

CHUNG, N.; LEE, H.; LEE, J.; KOO, C. **An Integrative Model of the Pursuit of Happiness and the Role of Smart Tourism Technology**: A Case of International Tourists in Seoul. Information and Communication Technologies in Tourism 2017. Rome, Italy, Jan, 2017.

COCCO, R. G.; SILVEIRA, M. R. Transporte público, mobilidade e planejamento urbano: contradições essenciais. **Estudos Avançados**, Vol.27(79), pp.41-53, Jan 2013.

COELHO, C. Analfabetismo Volta a Crescer no Paraná. **Gazeta do Povo**, Paraná. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/parana/parana-numeros-pnad/>>. Acesso em: 19 jun. 2019.

CRUZ, D. A. M. de O. As Faces do Planejamento Urbano. **Revista Pegada**, vol. 12 n.2, dez/2011.

CRUZ, E. P. Governo Lança Programa de Estratégias para Cidades Inteligentes. **Agência Brasil**, São Paulo. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-07/governo-lanca-programa-de-estrategias-para-cidades-inteligentes?utm_source=akna&utm_medium=email&utm_campaign=LitteraExpress-n-687-A-construcao-das-Cidades-Inteligentes-no-Brasil>. Acesso em: 19 out. 2019.

CRUZ, M. M. da. **Curitiba**: um destino turístico inteligente?. Dissertação (Mestrado) – Setor de Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Turismo. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2018.

CUKIERT, T.; MOURA, C. A. D. DE. PEREZ, M. A. A Implantação de "Smart Cities" no Brasil. **Migalhas**, São Paulo. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI309022,81042-A+implantacao+de+Smart+Cities+no+Brasil>>. Acesso em: 19 out. 2019.

CURITIBA. Prefeitura Municipal de Curitiba. **Bloomberg apoia e patrocina projeto de Transporte Inclusivo de Curitiba**. Publicado em 01 set 2018. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/bloomberg-apoia-e-patrocina-projeto-de-transporte-inclusivo-de-curitiba/47440>>. Acesso em: 23 mai 2019.

CURITIBA. Prefeitura Municipal de Curitiba. **Curitiba conquista série de reconhecimentos e prêmios especializados em 2018**. Publicado em: 21 dez. 2018. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/curitiba-conquista-serie-de-reconhecimentos-e-premios-especializados-em-2018/48822>>. Acesso em: 15 mai. 2019.

CURITIBA. Prefeitura Municipal de Curitiba. **Curitiba vai duplicar estrutura cicloviária com mais 200 km de vias**. Publicado em: 05 fev 2019. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/curitiba-vai-duplicar-estrutura-ciclovitaria-com-mais-200-km-de-vias/49179>>. Acesso em: 23 mai 2019

CURITIBA. Instituto municipal de Turismo. CURITIBA. Instituto Municipal de Turismo. **Dados Econômicos**. Disponível em: <<http://www.turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/dados-economicos/76>>. Acesso em: 15 mai. 2019.

CURITIBA. Instituto Municipal de Turismo. **Destaques e Prêmios**. Disponível em: <<http://www.turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/destaques-e-premios/1763>>. Acesso em: 21 mai 2019.

CURITIBA. Instituto Municipal de Turismo. **Equipe**. Disponível em: <<https://turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/equipe/7>>. 19 out. 2019.

CURITIBA. Instituto Municipal de Turismo. **Plano Municipal de Turismo de Curitiba 2015-2017**. Disponível em: <www.Turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/plano-municipal-de-Turismo/1768>. Acesso em: 28 abr. 2019.

CURITIBA. Prefeitura Municipal de Curitiba. **Ecoelétrico é premiado como melhor exemplo em mobilidade do país**. Publicado em: 11 nov 2016. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/ecoeletrico-e-premiado-como-melhor-exemplo-em-mobilidade-do-pais/40558>>. Acesso em: 23 mai 2019.

CURITIBA. Prefeitura Municipal de Curitiba. **Município garante US\$1 Milhão Para Projetos de Energias Alternativas**. Disponível em: <<https://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/municipio-garante-us1-milhao-para-projetos-de-energias-alternativas/49308>>. Acesso em: 19 out. 2019.

CURITIBA. Prefeitura Municipal de Curitiba. **Plano Municipal de Saneamento Básico**. Disponível em: <<https://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/plano-municipal-de-saneamento-basico/2958>>. Acesso em: 19 out. 2019.

CURITIBA. Prefeitura Municipal de Curitiba. **Linha Turismo**. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/idioma/portugues/linhaturismo>>. Acesso em: 23 mai 2019.

CURITIBA. Secretaria Municipal de Curitiba. **Plano Municipal de Saúde e Programação Anual de Saúde**. Disponível em: <<http://www.saude.curitiba.pr.gov.br/a-secretaria/plano-municipal-de-saude-e-programacao-anual-de-saude.html>>. Acesso em: 19 out. 2019.

CURITIBA. Prefeitura Municipal de Curitiba. **Sobre a Limpeza Pública**. Disponível em: <<https://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/sobre-a-limpeza-publica/341>>. Acesso em: 19 out. 2019.

DOMARESKI-RUIZ, T. C. **A Dinâmica Evolutiva da Competitividade do Destino Turístico Curitiba**. Dissertação (Doutorado em Geografia) – Setor de Ciências da Terra, Programa de Pós-Graduação em Geografia. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

DOMARESKI-RUIZ, T. C.; FERNANDES, D. L; GANDARA, J. M. G. A contribuição do planejamento urbano na imagem e na competitividade do destino turístico de Curitiba (PR). **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, p.150-166, ago. 2014.

EXPEDIA. **As 15 cidades favoritas do Sul do Brasil**. Disponível em: <<https://viajando.expedia.com.br/as-15-cidades-favoritas-do-sul-do-brasil/>>. Acesso em 26 mai 2019.

FREITAS, E. C. de; PRODANOV, C.C. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. Novo Hamburgo - Rio Grande do Sul - Brasil 2013.

GÂNDARA, J. M. ; GOMES, E. L. ; IVARS-BAIDAL, J. A. É importante ser um destino turístico inteligente? A compreensão dos gestores públicos dos destinos do Estado do Paraná. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, 11(3), pp. 503-536, set./dez. 2017.

GÂNDARA, J. M. G.; MEGAGLIA, J; SILVEIRA, C. E. A disciplina de Planejamento Turístico no Ensino Superior de Turismo: das influências aos novos desafios. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v. 2, n. 1, p. 113-133, mar. 2008.

GÂNDARA, J. M. G.; PEREIRA, L. R. S.; SANTOS, S. R. dos; SILVA, S. R. X. da; SOUZA NETO, V. R. de. Destino Turístico Inteligente: Acessibilidade no Centro Histórico de São Luís – Maranhão, um Estudo sobre a Reputação Online no TripAdvisor. **Marketing & Tourism Review**. Belo Horizonte - MG – Brasil. v. 1, n. 2, 2016.

GIL, A. M. L.; FERNÁNDEZ, B.Z.; HERRERO, J. L . C. Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades. **Investigaciones Turísticas**; Nº 10: Julio-Diciembre; 1-25, 2015.

GEORGE, P.; HIDEKI, N.; WONG, M. S. The Use of Importance-Performance Analysis (IPA) in Evaluating Japan's E-government Services. **Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research**. ISSN 0718–1876 Electronic Version. VOL 6 / ISSUE 2 / AUGUST 2011.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. Editora Atlas S. A. São Paulo - 2008.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo : Atlas, 2002.

GRETZEL, U., WERTHENER, H., KOO, C., LAMSFUS, C. Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. **Computers in Human Behavior**. 2015; 558–563.

GIFFINGER, R.; GUDRUN, H. Smart Cities Ranking: An effective instrument for the positioning of cities?. **ACE: Architecture, City and Environment**. n.4, Fev 2010.

HANDIWIBOWO, G. A. Importance Performance Analysis (IPA) Application for External Evaluation of Organisation's Mission Statement Performance. **Journal of Research and Technology**, Vol. 3 No. 1 Jun 2017.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo 2010 Curitiba, 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/curitiba/panorama>>. Acesso em: 05 Mai 2019.

IVARS BAIDAL, J. A.; ROSSETTO, C. R.; SOUSA, T. C. G. de; SOUZA, M. J. B. de. Análise da Transformação de um Destino Turístico Tradicional (DTT) em Destino Turístico Inteligente (DTI) à Luz do Modelo da SEGITTUR (2013). **CULTUR - Revista de Cultura e Turismo**; v. 10 n. 2. 2016.

JOVICIC, D.Z. From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination. **Current Issues in Tourism**. Vol. 22, No. 3, 276–282. 2019.

KANTER, R. M.; LITOW, S. S. **Informed and Interconnected: A Manifesto for Smarter Cities**. Harvard Business School General Management Unit Working Paper No. 09-141. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1420236> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1420236>. 2009.

LEMOS, C. C. Planejamento do turismo em âmbito federal: uma análise dos instrumentos utilizados e dos investimentos no setor. **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro. Vol. 47, n. 6, pp1401-427, nov./dez. 2013

LUQUE GIL, A. M.; ZAYAS FERNÁNDEZ, B.; CARO HERRERO, J. L. Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades. **Investigaciones Turísticas**, v. 10, p. 1-25, 2015. Disponível em: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/52102/1/Investigaciones_Turisticas_10_01.pdf>. Acesso em: 22 mai 2019.

MACCOPPI, G. U. **A Ressignificação do Turismo a Partir do “Slow Tourism”**: Uma Análise Baseada no Pólo de Enoturismo da Região Metropolitana de Curitiba. Dissertação (Mestre em Turismo) - Setor de Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Turismo. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017.

MACHADO, C. Curitiba assina pacto global e entra para rede colaborativa para desenvolvimento de cidades. **Gazeta do Povo**, Paraná. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/haus/inovacao/curitiba-assina-pacto-global-e-entra-para-rede-colaborativa-para-desenvolvimento-de-cidades/>>. Acesso em: 19 jun.2019.

MASSUKADO-NAKATANI, M. S. **A Formação do Arranjo da Regionalização do Turismo no Paraná no Período de 2003-2011**. Tese de Doutorado - Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-graduação em Administração. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

MCTIC. Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações. **Cidades Digitais - Lista de Cidades Atendidas**. Disponível em: <<https://www.mctic.gov.br/mctic/opencms/indicadores/detalhe/Cidades-Digitais-Lista-de-Cidades-Atendidas-2.html>>. Acesso em: 19 out. 2019.

MOBILIZE. **Pesquisa aponta Curitiba como melhor capital do país em mobilidade urbana**. Publicado em: 24 jun 2014. Disponível em: <<https://www.mobilize.org.br/noticias/6562/pesquisa-aponta-curitiba-como-melhor-capital-do-pais-em-mobilidade-urbana.html>>. Acesso em : 23 mai 2019.

NAM, T.; PARDO, T. A. **Conceptualizing Smart City with Dimensions of Technology, People, and Institutions**. The Proceedings of the 12th Annual International Conference on Digital Government Research. Center for Technology in Government University at Albany, State University of New York, U.S. 2011.

OLIVEIRA, M. de. Rev. Sociol. A Trajetória do Discurso Ambiental em Curitiba (1960-2000). **Rev. Sociol. Polít.**, Curitiba, 16, p. 97-106, jun. 2001.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). 8th UNWTO Global Summit on Urban Tourism 'Smart Cities, Smart Destinations'. Disponível em: <<http://marketintelligence.unwto.org/event/8th-unwto-global-summit-urban-tourism-smart-cities-smart-destinations>>. Acesso em: 02 nov. 2019.

PEDRON, M. **A experiência dos turistas nos parques de Curitiba/pr**. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Setor de Ciências da Terra. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

PENA, R. F. A. Fatores locacionais da indústria. **Brasil Escola**. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/geografia/fatores-locacionais-industria.htm>>. Acesso em: 19 out. 2019.

PINTO, M. J. A. Destinos Turísticos Inteligentes: o caso de Curitiba/PR (Brasil). **Turismo & Sociedade**. Curitiba, v. 10, n. 3, p. 1-22, set-dez 2017.

PUMAROLA, J. A.; QUINTANA, L. C.; TETUA, M. C. Smart Tourism y Patrimonio Literario: Los casos de Edimburgo y Barcelona. **ARA: Revista de Investigación en Turismo**. Vol. 6 n.2, pp. 33-45, 2016.

SALARIO. Disponível em: <<https://www.salario.com.br/profissao/tecnico-em-manutencao-de-equipamentos-de-informatica-cbo-313220/>>. Acesso em: 19 out. 2019.

SALARIO. Disponível em: <<https://www.salario.com.br/profissao/analista-de-sistemas-informatica-cbo-212405/>>. Acesso em: 19 out. 2019.

SALARIO. Disponível em: <<https://www.salario.com.br/profissao/tecnologo-em-design-grafico-cbo-262410/>>. Acesso em: 19 out. 2019.

SALARIO. Disponível em: <<https://www.salario.com.br/profissao/turismologo-cbo-122520/>>. Acesso em: 19 out. 2019.

SÁNCHEZ, S.; MUÑOZ, A.L. **Destinos Turísticos Inteligentes**. Harvard Deusto Business review, no 224, p. 58-67. 2013.

SANTOS, S. R. dos; GÂNDARA, J. M. G. Experiência turística em destino histórico no nordeste brasileiro sob o viés de destino turístico inteligente. **Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, 11(2), 435-453, 2019.

SANTILLÁN-NÚÑEZ, M. A; SCHMIDT-CORNEJO, N. E. C.; VELARDE-VALDEZ, M. Fundamentos Teórico-Tecnológicos de um Destino Inteligente: Diagnóstico del Destino Turístico Mazatlán. **CULTUR - Revista de Cultura e Turismo**; v. 10 n. 3. 2016.

SERENATO, G. G. **A demanda Potencial Curitibana Para o Turismo dos Campos Gerais**. Dissertação (Monografia) - Especialização em Marketing do Departamento de Administração Geral e Aplicada. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.

TELES, M. A. Planejamento territorial do turismo na Região Metropolitana. **Revista Cenário**; v. 2 n. 3 (2014); 69-86.

TeMA. Smart Cities: researches, projects and good practices for buildings. **Journal of Land Use, Mobility and Environment**. Vol. 6 n. 2. Aug 2013.

TUSSYADIAH, I. P., FESENMAIER, D. R. (2007). Interpreting Tourist experiences from first-person stories: A foundation for mobile guides. 2017.

TINEO,D.; TOMAZZON, E. L. Turismo e Eventos: O Festival Santos Café e a Revitalização do Centro Histórico. **Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, vol. 9 n. I, pp. 64-80, jan-mar, 2017

TONON, L. M. **P.A Territorialização e o Marketing de um Produto Turístico Regional**: O passeio de trem Curitiba/Litoral. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Setor de Ciências da Terra, Programa de Pós-graduação em Geografia. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

URBAN SYZTEMS. **Ranking Conected smart Cities**. Versão 2, 22 out, 2018.

VARGAS - SÁNCHEZ, A. Exploring the Concepto of Smart Tourist Destiantion. **Enlightening Tourism**. A Pathmaking Journal, Vol 6, No 2, pp. 178-196, 2016.

VELARDE-VALDEZ, M. Fundamentos Teórico-Tecnológicos de um Destino Inteligente: Diagnóstico del Destino Turístico Mazatlán. **CULTUR - Revista de Cultura e Turismo**; v. 10 n. 3. 2016.

XIANG, Z.; TUSSYADIAH, I.; BUHALIS, D. Smart destinations: Foundations, analytics and applications. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 4, n. 3, p. 143-144, 2015. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X15000360>>. Acesso em: 22 mai 2019.

ZHU W.; ZHANG L.; LI, N. Challenges, Function Changing of Government and Enterprises in Chinese Smart Tourism. **e-Review of Tourism Research**, v. 5, p. 1-4, 2014. Disponível em: <http://agrilife.org/ertr/files/2014/02/enter2014_RN_75.pdf>. Acesso em: 22 mai 2019.

8. APÊNDICE

Curitiba como Cidade Inteligente

Este questionário objetiva coletar dados sobre a cidade de Curitiba-PR para uma pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso de Turismo da UFPR - Universidade Federal do Paraná, da aluna Ana Luiza Cascardo sob orientação da professora Dra. Thays Domareski Ruiz.

Marque na coluna "IMPORTÂNCIA" o quanto você considera importante o item para que uma cidade seja categorizada como "cidade inteligente", sendo 1 (nenhuma) a 5 (extremamente importante). E na

coluna "REALIDADE", marque, de 1 (não funciona) a 5 (ótimo funcionamento), o quanto você acha que realmente está este item na cidade de Curitiba - PR.

Agradecemos desde já.

* Required

1. **1)Você reside em:** * Mark

only one oval.

- ☐ Curitiba Skip to question 2.
- ☐ Região Metropolitana de Curitiba Skip to question 2.
- ☐ Outras Cidades Stop filling out this form.

Curitiba como Cidade Inteligente

Nesta pesquisa, avalie todas as questões referente a dinâmica da cidade de Curitiba/PR.

2. **2) Existência de ônibus em quantidade circulando para o transporte público** * 1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento Mark only one oval per row.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

3. **3) Ônibus com qualidade circulando para o transporte público** *

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento Mark only one oval per row.

| | 1 | 23 | 4 | 5 |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

4. **4) Com relação a existência de voos para Curitiba** *

| | | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo
funcionamento *Mark only one oval per row.*

1 23 4 5

5) Existência de ruas pavimentadas de qualidade * 1 =

nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona *Mark only one oval per row.*

1 2 3 4 5

Importância

Realidade

6. 6) Existência de lei municipal para zoneamento e uso do solo *

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo
funcionamento *Mark only one oval per row.*

1 23 4 5

| | | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

7. 7) Existência de estações para tratamento do esgoto *

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo
funcionamento *Mark only one oval per row.*

1 23 4 5

| | | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

8. 8) Existência de locais adequados para reciclagem de lixo *

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo
funcionamento *Mark only one oval per row.*

1 23 4 5

| | | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. 9) Atendimento de água potável à população *

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo
funcionamento *Mark only one oval per row.*

1 23 4 5

| | | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

10. 10) Atendimento de energia elétrica à população *

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo
funcionamento *Mark only one oval per row.*

1 23 4 5

| | | | | | |
|-------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Importância | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Realidade | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

11. 11) Existência e uso de meios alternativos para produção de energia elétrica, por exemplo energia solar, eólica . *

12 12) Iluminação pública modernizada com a utilização de lâmpadas led *

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona Mark only one oval per row.

| | | | | | |
|-------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Realidade | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

13. 13) Acesso à internet, por meio de Wi-fi, nos locais públicos *

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento Mark only one oval per row.

| | | | | |
|-------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | 1 | 23 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Realidade | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

14. 14) Cobertura da internet dentro da cidade *

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento Mark only one oval per row.

| | | | | |
|-------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | 1 | 23 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Realidade | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

15. 15) Existência de Postos de Saúde (UBSF) nos bairros *

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento Mark only one oval per row.

| | | | | |
|-------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | 1 | 23 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Realidade | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

16. 16) Médicos, com especialidades variadas, na cidade *

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento Mark only one oval per row.

| | | | | |
|-------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | 1 | 23 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Realidade | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

17. 17) Número de leitos nos hospitais públicos na cidade em quantidade adequada ao atendimento da população *

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento Mark only one oval per row.

| | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 23 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

18. **18) Policiamento para garantir segurança pública adequada ***

19. **19) Controle de acidentes de trânsito na cidade *** 1 =

nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona *Mark only one oval per row.*

| | | | | | |
|-------------|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Importância | | | | | |
| Realidade | | | | | |

20. **20) Existência de delegacia de proteção à mulher e à criança ***

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento *Mark only one oval per row.*

| | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 23 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

21. **21) Quantidade de vagas nas universidades públicas ***

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento *Mark only one oval per row.*

| | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 23 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

22. **22) Existência de programas para redução do analfabetismo ***

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento *Mark only one oval per row.*

| | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 23 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

23. **23) Existência de empresas de tecnologia ***

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento *Mark only one oval per row.*

| | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 23 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

24. **24) Existência de incubadoras empresariais e polos tecnológicos para incentivar o empreendedorismo ***

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento *Mark only one oval per row.*

| | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 23 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

25. **25) Existência de orçamento participativo municipal ***

26 **26) Transparência do governo público municipal *** 1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona *Mark only one oval per row.*

| | | | | | |
|-------------|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Importância | | | | | |
| Realidade | | | | | |

27. **27) Existência de conselhos administrativos participativos ***

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento *Mark only one oval per row.*

| | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 23 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

28. **28) Existência de vagas de emprego na cidade ***

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento *Mark only one oval per row.*

| | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 23 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

29. **29) Crescimento da presença de empresas na cidade ***

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento *Mark only one oval per row.*

| | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 23 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

30. **30) Aumento da renda média do trabalhador ***

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento *Mark only one oval per row.*

| | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 23 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

31. **31) Existência de uma oferta turística que inclui pequenas empresas do setor ***

1 = nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona 5= ótimo funcionamento *Mark only one oval per row.*

| | | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Importância | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realidade | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

32. **32) Existência de oferta de circuitos turísticos que inclui pequenas comunidades da cidade**

*

33. **33) Existência do serviço de atendimento ao turista** * 1 =

nenhuma 5 = extremamente importante / 1 = não funciona

Mark only one oval per row.

| | | | | | |
|-------------|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Importância | | | | | |
| Realidade | | | | | |

Untitled Section

34. **34) Gênero** Mark

only one oval.

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino

35. **35) Faixa etária**

Mark only one oval.

- ☐ Abaixo de 18 anos
- ☐ Entre 19 e 30 anos
- ☐ Entre 31 e 40 anos
- ☐ Entre 41 e 50 anos
- ☐ Acima de 50 anos

36. **36) Formação**

Mark only one oval.

- ☐ Ensino básico completo
- ☐ Ensino fundamental completo
- ☐ Ensino médio completo
- ☐ Ensino superior completo
- ☐ Pós-graduação completa